



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTONOMA DE MEXICO**  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

HOY CON MARIANO, PANDA SHOW Y ANTISOCIAL,  
ENTRETENIMIENTO RADIO FONICO MAS ALLA DE  
LA MUSICA.

## **TESINA**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN COMUNICACION**

P R E S E N T A :

**ARRIETA CEJA JOSE LUIS.**

ASESOR: MTRA. MORALES MARTINEZ MARIA LUISA.

SEPTIEMBRE, 2009



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.

**Lo que hago en esta vida, siempre es con la ilusión de que resuene en la eternidad.**

## **Agradecimientos.**

El primer agradecimiento no podía ser para otro si no para el que hace posible que todo esto ocurra, ¡yo!, jojojoo, no es cierto, bendito sea Dios por su bondad para conmigo.

Laura Ceja gracias por la confianza a prueba de todo que siempre me haz tenido, a tu amor y a tu incondicional apoyo moral, este logro no sería posible sin ti, mamá.

José Luis Arrieta Rangel, qué puedo decir aquí que no sepas, eres el ejemplo más cercano que tengo de lucha, perseverancia y éxito. Papá, gracias por la estabilidad y el orgullo que con tu ejemplo me haz prodigado.

Laura Arrieta, más que mi hermana haz sido mi amiga, mi cómplice, mi confidente, esto también es tuyo, gracias por hacer que mis tragedias se conviertan en nada.

Maria Luisa Morales, mi asesora, mi entrañable profesora en la carrera de Comunicación. Gracias por hacerme sentir importante y valioso como estudiante, gracias por la asesoría y por apostar por mi en este proyecto.

Agradezco a la Real y Pontificia Universidad de la Nueva España, UNAM, por acogerme en sus aulas y darme el orgullo de ser hijo suyo.

Gracias a mis sinodales que me ayudaron a realizar un esfuerzo extra para que este trabajo tenga un sustento firme que me permita enorgullecerme del resultado.

Gracias a los profesores que desde el bachillerato y hasta la universidad me animaron para seguir adelante hasta terminar la carrera, Fernando Martínez, mi profe de taller de comunicación en el CCH Naucalpan te saludo y te abrazo.

En este agradecimiento no podía olvidar a seres tan increíbles que sólo pueden ser parte de algo tan grande como la FES Acatlan. Un cantante actor que se disfraza de profesor de italiano para evitar a los fans, Favio Marruchelli, il mio caro amico, gracias por acompañarme en el escenario para mi programas del taller de tele y gracias por ser el Hernán Cortes de la obra teatral que monte en sexto semestre.

Gracias a todos aquellos que a lo largo de mi estancia en los pasillos de la FES se rieron con mis ocurrencias, se sorprendieron y festejaron mis desplantes de arrogancia, se dieron la oportunidad de convivir conmigo, algunos hasta llegaron a ser mis amigos y algunas hasta me quisieron.

## ÍNDICE.

|  |    |
|--|----|
| Introducción.....  | I  |
| Capítulo I.<br>De la radio toca disco a la radio informativa, de denuncia y también,<br>toca discos.....                                   | 1  |
| 1.1. Contexto radiofónico en el primer lustro de los 90.....   | 5  |
| 1.2. Hoy con Mariano y Panda Show mismo contexto e influencia,<br>diferente enfoque.....   | 8  |
| 1.3. Antisocial.....   | 13 |
| Capítulo II.<br>Estructura de las propuestas radiofónicas de<br>entretenimiento musical.....   | 16 |
| 2.1 Estructura de Antisocial de Reactor 105.7 FM.....  | 16 |
| 2.2 Estructura de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7 FM.....  | 20 |
| 2.3 Estructura del Panda Show de Radio 1, 104.1 FM.....  | 23 |
| Capítulo III.<br>Las Propuestas radiofónicas de entretenimiento musical, Hoy con<br>Mariano, El Panda Show y Antisocial, bajo la lupa..... | 35 |
| 3.1 Diferencias entre Hoy con Mariano, El Panda Show y<br>Antisocial.....  | 35 |
| 3.2 Puntos de convergencia de las propuestas Hoy con Mariano, El<br>Panda Show y Antisocial.....   | 41 |
| 3.3 En las convergencias estriba la fórmula del<br>éxito.....  | 46 |
| Capitulo IV.<br>4.1. ¿Y ahora para dónde jalará la radio?.....   | 53 |
| Conclusiones.....  | 59 |
| Fuentes.....   | 62 |
| Anexos   |    |
| Entrevista a Mariano Osorio, creador y locutor de Hoy con Mariano de Stereo Joya<br>93.7 FM, 11/08/2005                                    |    |

Entrevista con el conductor de Antisocial de Reactor 105.7, FM, Raúl David “el Rulo”. 05/07/2006

Entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM, 13/07/2006

## Introducción

Antes de mediados del siglo veinte la radio no era un medio masivo de comunicación electrónica, era el medio masivo de comunicación electrónica, sin embargo es en la década de los 50, cuándo la introducción de la televisión viene en detrimento del mercado, prácticamente cautivo, del que gozaba la radio, debido a que en ese momento la imagen en movimiento seduce tanto a los anunciantes como al auditorio.

Esta situación presenta un escenario crítico para los dueños de la radio y sus creativos, el reto se presenta, es el momento de cambiar y seguir vigente o continuar el camino de la forma en que se inicio y perecer. La radio nacional toma el reto, lo asume y lo afronta, esto de la mano de un nuevo ritmo musical que acapara la atención de los jóvenes, el rock and roll, los programas de complacencias que repiten una y otra vez los éxitos de esta música, de acuerdo con las peticiones de los radio escuchas, toman el cuadrante.

Las propuestas radiofónicas que presentan como principal tópicos y entretenimiento a la música recuperan al auditorio, con éste al anunciante y abren un nuevo mercado, el de la música, la cual es una mercancía que se puede posicionar de acuerdo con los intereses de los productores y disqueras, la radio y sus propuestas de entretenimiento musical se convierten en el gran escaparate de un lucrativo negocio que demuestra funcionar y dar grandes resultados, al grado de que treinta años después, en la década de los 80, la radio está plagada de programas radiofónicos en los que los locutores sólo son presentadores, es una *radio toca discos*, como lo veremos en el capítulo I de este trabajo.

Sin embargo, justamente cuando esta radio de presentadores y canciones está en el clímax, la sociedad mexicana sufre un gran revés, un temblor de 8.1 grados en la escala de Richter sacude la ciudad de México en 1985, la ciudad queda

devastada, familias enteras perecen, otros buscan a hijos, padres, hermanos, a gritos, rascando en los escombros de una ciudad destruida, finalmente la catástrofe y la impotencia tanto del gobierno y de la población para enfrentar la emergencia se traducen en conciencia social, y la radio nuevamente esta ahí, para ser el medio de denuncia, de emergencia e información de una población que debe madurar y ver por si misma, y nuevamente supera a la televisión que con la destrucción de sus antenas transmisoras, queda inutilizada durante los primeros momentos de la tragedia, los más difíciles.

A partir de este momento el radioescucha no volverá a ser el mismo, pues si bien jamás renunciara a la música que lo acompaña, tampoco regresará sobre sus pasos, ahora quiere escuchar entre canción y canción la opinión del locutor, quiere saber qué siente y qué piensa ante lo que ocurre en su entorno.

Los primeros cinco años de la década de los noventa definen y catapultan este patrón de requerimiento del radioescucha, debido a las complicaciones que la sociedad mexicana enfrenta, la situación económica sufre terribles catástrofes, la devaluación del peso es estrepitosa, en las altas esferas de la política nacional se suscitan asesinatos como no se había visto, alzamientos armados al sur del país deprimen a la nación.

El radioescucha exige compromiso de los locutores ante la situación, quieren escuchar comentarios al respecto, saber qué ocurre, sin embargo al mismo tiempo evadir la realidad que le resulta demasiado difícil de llevar, y por supuesto, jamás renuncia a la música que lo acompaña.

En el ámbito del negocio radiofónico, nuevamente los empresarios de la radio sufren, los anunciantes reducen su inversión en publicidad, la suerte está echada y las condiciones para proponer alternativas dadas, los shows radiofónicos entran al escenario.



En este trabajo describiremos tres de estas propuestas, que surgen en los primeros cinco años de la década de los 90 y que al inicio de este proyecto, 2005, aún continúan vigentes con gran éxito, con el propósito de determinar los rasgos que les han prologado el triunfo y la longevidad en el cuadrante de acuerdo con la influencia que consideran haber recibido sus creadores del entorno social, económico, político y radiofónico imperante en ese momento.

Aquí es importante indicar que los programas que se seleccionaron para este estudio son radio- revistas o programas magazin como también se les conoce, se considera un género mixto, de elaboración compleja que incluye todo tipo de géneros programáticos y por lo tanto diversos formatos de realización. La conducción puede estar a cargo de una persona o de una pareja, la cual le dará carácter y unidad al programa. Esto de acuerdo con la idea que rescatan de Miguel Ángel Ortíz en su trabajo de tesis Norma Blancas Garduño y Margarita Ibarra Mata, “La intercomunicación vía telefónica. Locutor – radio escucha”.

Es importante resaltar que este trabajo descriptivo descansa sobre una tabla de preguntas, la cual es una adaptación de las interrogantes que plantea el análisis del discurso, ¿Quién lo dice? y ¿Cómo lo dice? las cuales aborda Daniel Prieto Castillo en su libro *La Fiesta del Lenguaje*.

Cabe señalar que el presente trabajo no responde a un análisis profundo sobre la radio, sino más bien se trata de un acercamiento descriptivo a tres propuestas radiofónicas de entretenimiento musical.

Una vez descritos los formatos de las propuestas, en forma cuantitativa, se expusieron las convergencias y diferencias que presentan los formatos radiofónicos aquí expuestos.

Asimismo, una vez explicados los programas y señaladas sus divergencias y convergencias, recurrimos al *Flujo de la comunicación en dos pasos* de Paul

Lazarsfeld, que consiste en observar la forma en que cada grupo social tiene un líder, alguien de quien se espera que diga algo que impacte y señale un camino a seguir, a partir de esta observación se da el flujo de la comunicación en dos pasos, del emisor al locutor(líder) y de éste al radio escucha, debido a que la radio explota las características de estos líderes para colocar sus ideales en los receptores quienes al recibir el mensaje de alguien cercano, o que así se percibe, y que representa mucho de lo que son apropiados el mensaje de inmediato, de esta manera indicaremos el éxito de las propuestas radiofónicas a partir de la forma en que sus locutores ejercen liderazgo en el auditorio.

Entonces presentamos este trabajo como un esfuerzo para entender cuáles son los puntos que se deben rescatar de los programas radiofónicos de entretenimiento musical cuando se quiere gestar un formato de esta especie que pretenda resultar exitoso.

## Capítulo I

### **De la radio toca disco a la radio informativa, de denuncia y también, toca discos**

La música es un elemento radiofónico, obviamente desde los orígenes de la radio siempre presente, sin embargo es hasta la década de los 50 y principios de los 60 cuando toma el carácter de eje principal de diversas propuestas con el fin de capturar la atención de un nuevo mercado, el de la juventud.

Son los años 50 y la radio vive una estrepitosa caída frente a la novedad, la televisión, sin embargo en el ambiente musical surge un nuevo ritmo pegajoso que de inmediato es acogido por los jóvenes de la época, el rock and roll, quienes tocan incesantemente esas melodías en las consolas de los bares y cafés que acostumbran frecuentar.

Los productores radiofónicos de la época no desperdiciarán el hallazgo, harían algo con esta fiebre por tocar una y otra vez la misma o las mismas canciones.

Eric Norberg cuenta que el surgimiento de una radio, que tiene como eje canciones que se repiten constantemente, de acuerdo a la popularidad de las mismas entre la audiencia radiofónica, no es, sino un accidente, en el cual el productor de la estación de radio KOWH, con domicilio en el estado de Nebraska en Estados Unidos, Todd Storz, tropieza con un bar en el que la gente repite continuamente la misma canción, fenómeno que comparte con su colega, Bill Stewart.

Este par, en su afán de conseguir mayores porcentajes de audiencia prueban la fórmula de colocar en el cuadrante las canciones que la gente toca una y otra vez en bares y cafés, la prueba es exitosa, obtiene resultados mayores a lo esperado,

“pensaron que si limitaban la lista musical de la emisora a las canciones que más se ponían en las máquinas de discos y las repetían continuamente, la KOWH ganaría audiencia. Funcionó, la emisora diurna solamente obtuvo con rapidez cuotas de audiencia por encima del cincuenta por ciento”<sup>1</sup>

Bien, mientras esto ocurría en los Estados Unidos en México se daba una historia similar, el reordenamiento de la producción radiofónica enfocado a que la música cobrara mayor relevancia que la palabra y el sonido, para emerger como el sustento principal de los programas de radio esta en proceso y ya no se detendrá, pues el rock and roll llegó al país y los jóvenes ya lo apropian, los discos de Elvis Presley, Paul Anka y Bill Haley son la sensación, en las casas se tocan una y otra vez sin tregua ni descanso.

Los productores de la reciente adquisición de Guillermo Salas Peyró, la estación de radio XEPH Radio 590, no desaprovecha la oportunidad de acercarse a los jóvenes, esto por medio de su flamante gerente, Carlos Flores Álvarez, quien de inmediato consigue las condiciones propicias para lograr esta cercanía, “Entre diciembre de 1958 y enero de 1959, Guillermo Salas Peyró adquirió la XEPH Radio 590, como gerente de la naciente estación fue nombrado Carlos Flores Álvarez, en poco tiempo logró crear un buen clima para llegar y acercarse a la población joven”.<sup>2</sup>

Carlos Flores y su equipo de producción recrean un modelo similar al de Todd Storz y Bill Stewart, el cual consistió en restringir la programación musical a 80 canciones, 20 correspondientes al Hit Parade norteamericano, 20 canciones mexicanas y las otras 40 a éxitos de moda en el gusto de la audiencia, sin embargo, también intercalaron versiones diferentes de las canciones de éxito para

---

<sup>1</sup> Norberg Eric. G. “Programación radiofónica Estrategias y tácticas”. Ed. Instituto Oficial de radio y televisión Madrid 1998 pp.204.

<sup>2</sup> Hernández Leandro Nestor “Rock 101: Idea Musical” Tesina, FES Acatlán, 2008 p.p. 111, p 1

así asegurar variedad en la programación y no caer en la monotonía, tal como lo señala el “Boletín Radiofónico, edición especial , México, edición 1959”<sup>3</sup>

El éxito del nuevo modelo de producción radiofónica no se hizo esperar llegó se instaló en el gusto del público, quienes además recibieron la posibilidad de hacer el programa a su gusto, pues de sus peticiones telefónicas comenzó, también, a depender la programación de la estación, “Para conformar esta programación, los discotecarios se basaban, según testimonios y algunas notas periodísticas, en las solicitudes del auditorio estudiantil que telefoneaba a la estación”<sup>4</sup>

La radio de entretenimiento musical comienza andar, rinde buenos resultados, la fórmula de las complacencias da frutos satisfactorios, el radioescucha se siente parte de la programación de la emisión, la siente suya debido a que con este método el auditorio apropia la frecuencia radial porque asume que él la hace, el auditorio ha ganado un espacio que no tenía en el cuadrante, su voz ya suena:

“La gente nos escucha por que nosotros escuchamos a la gente. Díganos su gusto musical llamando al 246590. La radio musical de radio 590 está formada solamente por la música que le gusta a la gente”<sup>5</sup>

El camino de la radio mexicana se perfila rumbo a una radio tocadiscos, con formatos de entretenimiento musical que por su modo de producción resultan sencillos, económicos y altamente redituables pues el sistema de realización radiofónica tiene una gran cantidad de anuncios comerciales que fomentan esta enorme maquinaria músico comercial desde aquí, finales de los 50, hasta ya bien entrada la década de los 80<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Hernández Leandro Nestor “Rock 101: Idea Musical” p 2

<sup>4</sup> Hernández Leandro Nestor Op. Cit p 2

<sup>5</sup> Hernández Leandro Nestor Op. Cit. p2

<sup>6</sup> Blancas Garduño /Ibarra Mata “La intercomunicación vía telefónica. Locutor- radio escucha” Tesis Colectiva, FES Acatlan,2001 p.p. 487 “La radio podía definirse como radio tocadiscos, por estar dominada por anuncios comerciales y sólo música” p61

Es la década de los 80, la radio de entretenimiento musical es la reina del cuadrante, las propuestas de entretenimiento musical basadas en programar canciones que un crítico o experto en el género, correspondiente al perfil de la del programa, se ocupa de presentar y comentar al respecto de la trayectoria del intérprete, del lugar que la canción ocupa en las listas de popularidad.

“La radio de los ochenta es definida por Alma Rosa de la Selva como un eficiente vehículo publicitario al servicio del sistema. La comunicóloga explica como los radiodifusores mexicanos adoptan y reproducen el modelo americano por lo cual la programación de la emisión se limita a emitir música grabada, anuncios comerciales y en menor proporción algunos cortes informativos”<sup>7</sup>

Sin embargo en esta década la sociedad mexicana está por sufrir un tremendo revés que ha de cambiar la dirección de la producción radiofónica pues el radioescucha se verá forzado, por las circunstancias a ser más activo y crítico en todos los aspectos, pues el temblor que sacudió la ciudad de México el 19 de septiembre de 1985 hasta devastarla dejó a millones de capitalinos en la ruina y sobre todo sin innumerables seres queridos.

El gobierno se ve rebasado por las circunstancias y la sociedad se tiene que hacer cargo de si misma, echar mano de todo cuanto tenga a su disposición para salir adelante, en medio de toda la destrucción la radio esta ahí, la televisión queda inutilizada por la destrucción que dejó tras de si el sismo, el medio de comunicación sonoro emerge como el único instrumento de comunicación interpersonal funcional “la radio mexicana tuvo una transformación especial y sorprendente a raíz del terremoto que sacudió a la ciudad de México en 1985, a partir de ahí sirvió además como vehículo de comunicación interpersonal, como medio de urgencia y como instrumento de denuncia”<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Blancas Garduño /Ibarra Mata “La intercomunicación vía telefónica. Locutor- radio escucha” p18

<sup>8</sup> Blancas Garduño /Ibarra Mata Op. Cit. P.60.

Esta trágica situación siembra en la ciudadanía una nueva visión de la radio, ya no será más sólo un tocadiscos, tiene más que aportar y el auditorio ya lo sabe, pero son los acontecimientos que depara el primer lustro de los noventa, tanto en lo económico, lo social y lo político, los que exigirán tanto de los productores, los creativos y sobre todo de los locutores una nueva actitud de hacer la radio, claro, pero jamás renunciará a las complacencias, a las canciones de moda, en fin, al entretenimiento musical.

“Después de los sismos de 1985 la ciudadanía toma conciencia, las autoridades se ven rebasadas y está ciudadanía toma conciencia de clases, la crisis de 1994, la devaluación desata una actitud... el público empieza a no nada más querer música, también quería conocer los, ¡vamos!, lo que pensaba un conductor, lo que pensaba el que estaba del otro lado del micrófono, y así surgen los shows en radio como respuesta del capitalino”<sup>9</sup>

### **1.1 Contexto radiofónico en el primer lustro de los 90**

Antes de dar inicio con este capítulo resulta importante señalar que las propuestas radiofónicas, Hoy con Mariano, el Panda Show y Antisocial son contemporáneos, surgen y se desarrollan paralelamente en el primer lustro de los años 90.

Sus creadores comparten ideas y sentimientos debido a que la época en que se sitúan significa grandes cambios para la nación, éstos influyen poderosamente en los conceptos que dan origen a estos programas de radio.

Los acontecimientos que se suscitan en el país en los rubros de la política, la economía y la sociedad como son: la crisis económica acompañada de una gran devaluación, el alzamiento armado al sur del país y los asesinatos en las altas esferas de la política mexicana influyen en los procesos creativos de las

---

<sup>9</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 104.1 FM

producciones radiofónicas, como lo veremos en los próximos apartados de este primer capítulo, en la creación de estos conceptos, sin embargo todos comparten un mismo ámbito, la radio, la cual también atraviesa por una crisis durante los primeros años de la década de los 90.

La radio mexicana de finales de los 80 y principios de los 90 se desmorona, vive una franca debacle debido a que el gasto publicitario que captaba se desplomó notablemente, la situación se torna desesperada y en búsqueda de la sobrevivencia los dueños de las estaciones radiofónicas realizan alianzas estratégicas que les permitan continuar con esta industria, no sin que antes se desatara una fuerte lucha por obtener el mayor porcentaje de la inversión publicitaria destinada a este medio de comunicación.

“En 1989 y 1990, la radio captó el 14 por ciento del gasto publicitario total en el país, el porcentaje se redujo al 13 por ciento en los años de 1991 y 1992, disminuyó al 11 por ciento en 1993, se incrementó al 12 por ciento en 1993 para volver a descender al 9 por ciento en 1995, en 1996 repuntó levemente para alcanzar el 10 por ciento”<sup>10</sup>

Luego de estas disputas los grupos radiofónicos se alían a otros con el fin de ofrecer paquetes publicitarios, de esta manera los inversionistas verían sus productos anunciados en un número mayor de estaciones, asegurando así una mayor presencia.

Ahora bien, es importante señalar que durante estos reajustes comerciales en la industria de la radio surgen los espacios idóneos para el nacimiento de los programas radiofónicos que ocupan este trabajo, debido a que las primeras estrategias tomadas por los empresarios aluden al cambio de formato en la programación, recurriendo a la introducción de la música grupera, la música

---

<sup>10</sup> Breve Historia de la Radio Mexicana (1920- 1996), Fernando Mejía Barquera  
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/historiarad.htm>



moderna en español y la radio hablada, que ya habían demostrado ser de utilidad en la captación de anunciantes por lo atractivo que resultaron para los radioescuchas. “La disputa se manifestó inicialmente en el cambio de formato de varias emisoras que buscaban con ello atraer anunciantes mediante una programación que ya había mostrado ser atractiva en otras emisoras. La música grupera, la música moderna en español y la radio hablada”<sup>11</sup>

Presentar una segmentación en la que cada proyecto se encarga de cubrir las necesidades de entretenimiento de un segmento específico de la población y de esta manera dar un espacio especializado para que el anunciante ofrezca su producto al mercado exacto de la urbe al que corresponde y donde de inmediato se aceptaría por sus características e identificación de ésta, haría la radio más atractiva para los anunciantes, “el que está hablando de radio de inicio sabe que no es casual, ni producto de un capricho de nadie, que por ejemplo, si Radio Centro tiene diez estaciones, exista una *Joya*, una *Alfa*, una *97*, una *Universal*, un *Fonógrafo*, una *Z*, un *Formato 21*, pues cada una de estas estaciones está atendiendo a un segmento de distinto mercado, una a mujeres, otra va a jóvenes, otros van a chavos, de otras edades, y con otro poder adquisitivo, otra a gente mayor, o sea, obedecen a intereses comerciales. Tu vas a parar con un anunciante y le vas a decir, te conviene anunciarte conmigo en esta estación y en ésta, y en ésta otra porque estos son mis rangos de audiencia y tu producto tiene que ver con nosotros.”<sup>12</sup>

De acuerdo con esto, quien estuviera al pendiente de los acontecimientos administrativos- económicos que se suscitaban en ese momento en la radio, sabía que si contaba con un proyecto radiofónico que cumpliera con las expectativas de la radio que se requería en ese momento tenía la posibilidad de encontrar las

---

<sup>11</sup> Breve Historia de la Radio Mexicana (1920- 1996), Fernando Mejía Barquera  
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/historiarad.htm>

<sup>12</sup> Extracto de entrevista a Mariano Osorio, creador y locutor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7 FM, 11/08/2005

puertas abiertas para colocar su producto en el interés de los dueños de las emisoras, debido a que el negocio requería de diversas propuestas que cumplieran con la necesidad de entretener en forma musical y hablada a la población de forma especializada, o sea enfocada en un grupo social específico, lo cual dio cabida a la revisión y colocación de diversas propuesta, “En ésta época se abren varios show, podría ser desde *La Mano Peluda*, *Mariano Osorio*, *El Panda Show*, entonces es una época importante, había una producción constante de música, grupos nuevos.”<sup>13</sup>

De estas propuestas hemos elegido tres que alcanzaron el éxito y la longeva vigencia, *Hoy con Mariano*, *El Panda Show* y *Antisocial*, para describirlas y comprender la fórmula que las mantiene hasta este momento en el aire.

## **1.2. Hoy con Mariano y el Panada Show, mismo contexto e influencia, diferente enfoque**

Radio Centro es la estación radiofónica que en 1994 brinda a Mariano Osorio la oportunidad de lanzar al aire una propuesta radiofónica, de cuatro horas de duración diarias, de lunes a viernes, ésta será el embrión que dará, a la postre, lugar a *Hoy con Mariano*, emisión de siete horas de duración diarias, de lunes a domingo.

*El Panda Show* es la opción de entretenimiento que en el año de 1994 Radio UNO lanza al aire, una propuesta que recibe el respaldo de un movimiento musical que en ese periodo cobra fuerza y gana espacios para dar a conocer sus ofertas musicales, el movimiento grupero, auspiciado por las radiodifusoras que incluyen

---

<sup>13</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

este género en sus programaciones con el fin de atraer un mayor número de radioescuchas y con éstos el interés de de los inversionistas.

En este momento el país enfrenta gran incertidumbre política, económica y social debido a que el primero de enero de aquel año, en el estado de Chiapas, se da a conocer el Ejército Zapatista de Liberación Nacional, EZLN. “Las poblaciones de San Cristóbal de las Casas, Altamirano, Las Margaritas, Ocosingo, Oxchuc, Huixtan y Chanal son tomadas por los indígenas rebeldes. El Comité Clandestino Revolucionario Indígena-Comandancia General (CCRI-CG) del EZLN hace publica la Declaración de la Selva Lacandona con la que declaran la guerra al gobierno de Carlos Salinas de Gortari y anuncian su lucha por democracia, libertad y justicia para todos los mexicanos”<sup>14</sup>.

Si no fuera suficiente con lo anterior el 23 de marzo del mismo año, en medio de un mitin en la ciudad de Tijuana, fue asesinado el candidato del Partido Revolucionario Institucional, PRI, Luis Donaldo Colosio, su asesino, Mario Aburto, dice haber actuado solo, la incertidumbre que cubre al país en un año de elecciones se recrudece, la gente está ávida de información.

Es en este momento cuando los creativos de las propuestas radiofónicas, expuestas en este apartado, se dan cuenta que es necesario hacer llegar la información a la gente, cabe señalar que no es que no se hiciera, sin embargo la forma en que ésta era expuesta al público ahonda el clima de aflicción que se respira en la nación, “yo venía de hacer noticias formal mente, de hacer radio cultural y lo que noté, en su momento y hoy, es una muy buena dosis de carga negativa en el cuadrante, aún la sigo percibiendo. Busque un punto de equilibrio en donde se le dijera, desde mi punto de vista, las cosas a la gente que tenía que

---

<sup>14</sup> Extracto de la información correspondiente a Cronología de cuatro años de levantamiento del EZLN  
<http://www.ezln.org/ezln/cronologia.htm>

saber, pero sin quedarnos atorados en ese contexto y en ese animo negativo, pesimista, deprimente, crítico, sin propuesta de ruido político”<sup>15</sup>.

Sin embargo la vorágine de episodios desastrosos para la vida nacional aún no concluía, el 28 de septiembre de 1994 fue asesinado el gobernador de Guerrero, José Francisco Ruiz Massieu. Por fin el año que había comenzado en forma dramática llegó a su final, 1994 a pesar de ser un año de elecciones fue completamente inusual, pues las turbulencias que se presentaron durante este tiempo no eran comunes para los mexicanos, el asesinato de un candidato a la presidencia es clara muestra de un hecho al que la nación no estaba habituada. Este año a su término no dejó su lugar a un comienzo más halagüeño, pues 1995 dio inicio con un desastre económico de consecuencias devastadoras.

El hoy conocido “*Error de Diciembre de 1994*”, marcó el inicio y la razón de la peor Crisis Económica en la historia de nuestro País. Esto fundamentalmente porque no sólo afectó las finanzas del Gobierno Federal, sino también a miles de empresas y quizá millones de ciudadanos que se encontraban seriamente endeudados, una buena parte de empresas en dólares y muchos otros con tasas de interés variables que materialmente se vieron imposibilitados de pagar, la moneda se devaluó vertiginosamente frente al dólar, el poder adquisitivo de los mexicanos se vio reducido, la economía del país quedó a la deriva.

En la búsqueda de acercar a la gente a la información desde una óptica alejada del pesimismo común de la época surgen conceptos radiofónicos como son *Mariano en las Mañanas*, que a la postre se convertirá en *Hoy con Mariano* y el *Panda Show*.

“*La crisis de 1994*, la devaluación desata una actitud en la que la gente ya no quiere saber de problemas, busca una distracción, estas situaciones son

---

<sup>15</sup> Extracto de entrevista a Mariano Osorio, creador y locutor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7 FM, 11/08/2005

modeladoras de las necesidades del auditorio, y así surgen los shows en radio como respuesta del capitalino.”<sup>16</sup>

*Hoy con Mariano* presentó un concepto radiofónico musical, con secciones habladas e informativas, que lo convirtieron en un programa atractivo, como narra su creador, “no estoy diciendo, el programa inventa las reflexiones como tal, pero se incorporan, se rescatan porque yo quería ese punto de equilibrio, buscaba decirle a la gente otras cosas, combinado con la música, con cuentos para los niños, con leer libros a la gente, es el único espacio de la radio que hace eso”<sup>17</sup>.

Cabe recordar que la formación de Mariano Osorio, su creador, es periodística, por ello no debe sorprendernos que ante la situación que atraviesa la nación se incline por observar la forma en que los periodistas radiofónicos trabajan la información, la cual, como observamos en párrafos anteriores, le pareció deprimente, y así haya buscado enterar al público del acontecer del país desde una perspectiva amable y entretenida.

Por otro lado se aprecia como la situación del país también influye poderosamente en otro concepto radiofónico, el *Panda Show*, pero no es la necesidad de informar al público la que motiva este proyecto como sucedió con Mariano Osorio, si no la necesidad de entretenimiento y abstracción de los problemas que percibió, Antonio el Panda Zambrano, en la sociedad mexicana la cual quería escuchar opiniones al respecto de la problemática que aquejaba al país desde una enfoque entretenido, divertido que les hiciera sentir que los problemas no eran suyos si no de otros y así enterarse de la situación del país desde un punto de vista irónico sumamente entretenido.

---

<sup>16</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

<sup>17</sup> Extracto de entrevista a Mariano Osorio, creador y locutor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7 FM

Así lo advierte Modesto Santos, asistente de la dirección artística del Panda Show, “La gente quería entretenerse, porque había y hay todavía problemas económicos, la violencia se venía haciendo más presente en las grandes ciudades, el público empieza a no nada más querer música, también quería conocer lo que pensaba el conductor”<sup>18</sup>.

Informar y entretener, son los objetivos de los medios de comunicación masivos como son la televisión y la radio, *Hoy con Mariano y el Panda Show* pertenecen a esta última, y así diremos que ambos conceptos radiofónicos cumplen con los objetivos de la radio, si embargo es importante destacar que cada creativo tenían clara la misión del medio de comunicación, esto les permitió observar su entorno y llevar hasta la creación de un concepto radiofónico la problemática del país sin perder de vista que el entretenimiento y la información son el puerto de llegada de toda creación que pretenda ser parte de la radiofonía.

Para finalizar es necesario señalar que *Hoy con Mariano y el Panda Show* son propuestas radiofónicas que tienen, hasta este momento, catorce años presentes en la radio nacional y aún siguen vigentes, lo cual demuestra que cuando los objetivos básicos de la radio son la piedra angular de un concepto radiofónico, entretener e informar, y a diario se reinventa el programa sin perderlos de vista, la naturaleza de la radio recompensa este esfuerzo con el éxito y la vigencia.

“Catorce años de absoluto liderazgo en la radio en México y un gran equipo de producción respaldan a Antonio “El Panda” Zambrano conductor del programa “*El Panda Show*”<sup>19</sup>

“La facturación y el raiting lo convierten en el hombre más escuchado de la radio mexicana. Muy pocos admiten escuchar su programa, y si es verdad cómo es que

---

<sup>18</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

<sup>19</sup> Extracto de nota informativa publicado en <http://www.radioformulanetwork.com.mx/press/02.asp>

Mariano Osorio tiene el 8 por ciento del rating que se divide entre abrumadoras 62 estaciones. Lo que implica que a las 61 restantes les toca 1.5 de rating”<sup>20</sup>

## 1.2. Antisocial

*Antisocial de Reactor 105.7 de FM*, es una propuesta radiofónica que nació con una actitud y un enfoque diferente al de Hoy con Mariano y el Panda Show, es por ello que en este esfuerzo descriptivo se le contempla separada de las otras, debido a que en su proceso creativo la situación política, económica y social del país no influyó en ninguno de los aspectos de la concepción de éste, como pudimos ver que si tuvo relevancia en el caso de los programas anteriores, en los cuales generó la necesidad de informar de manera más amable o de brindar una válvula de escape ante la situación que enfrentaba el país. En el caso de antisocial son otras circunstancias las que lo motivan, las que lo forjan, y éstas se observan más en lo que sucede al interior de la radio que en lo que ocurre fuera como podremos ver a continuación.

La propuesta no nace ajena a todas las influencias existentes, ésta surge en el contexto de una radio con la necesidad de dar continuidad al espacio para difundir el tipo de música que este concepto radiofónico presenta, Rock extranjero.

La necesidad de mantener este género musical en el cuadrante es la influencia creadora de Antisocial, la cual es la misma que 11 años antes, en 1993 dio origen a *Radioactivo del 98.5 de FM*, modelo radiofónico que se repite en *Reactor 105.7 de FM* y del que se desprende Antisocial, pues si bien las estaciones radiofónicas en su necesidad por atraer el capital de inversión de los anunciantes dieron espacios y auge a la música grupera y al pop en español, la propuesta rock extranjero no figuró en los nuevos formatos radiofónicos de principios de los 90, salvo por espacios como *WFM* y *ROCK 101*, quienes dejaron un hueco con la necesidad de atender a un segmento de la población juvenil deseoso de escuchar

---

<sup>20</sup> Extracto de artículo publicado en <http://www.revistaopen.com.mx/articulos.php?id>

música alternativa extranjera, *WFM* y *ROCK 101* fueron estaciones pioneras en la *Radio Alternativa*, La primera por la manera de producir, interactuar con el auditorio quien no se percibe como un receptor pasivo sino como la parte más importante del concepto, la segunda por tener un excelente catálogo musical, cuando en la ciudad de México era casi imposible conseguir música extranjera o asistir a conciertos este género, y curiosamente tampoco ahora en los resientes formatos radiofónicos que privilegian una radio hablada e informativa.

Entonces, en los 90, *WFM* Y *ROCK 101* dejaron la estafeta a *Radioactivo 98.5*, quien a su vez ahora la sede a *Reactor 105.7 FM*. Se forjó como iniciativa de José Álvarez, quien advirtió que a la salida de Alejandro González Inárritu y el resto de su equipo de *WFM* la radio capitalina se había quedado sin una propuesta juvenil.

Así José planteó a sus amigos de la preparatoria, José Luis y Alejandro Fernández, dueños de las frecuencias 90.5 y 98.5 de FM, que se lanzara un concepto alternativo que privilegiara el rock en idioma inglés.

En una radio plagada por programas con una propuesta estrictamente hablada, influenciados por el contexto político en el que se sitúa el país en el 2004, año del surgimiento de *Antisocial* y de una vorágine de campañas electorales de cara a las elecciones presidenciales de la nación, los espacios para este producto radiofónico se siguen cerrando, claro ejemplo es el cambio de propuesta de todo el *Grupo Imagen*, que dejó del lado el concepto musical rock para privilegiar una radio informativa hablada con su nuevo formato llamado *Reporte 98.5*, al que originalmente perteneció esta propuesta al lado de otros programas similares que se ostentaban como *Radioactivo 98.5 FM*.

Nuevamente deben buscar espacios, renovar la propuesta, añadir al tratamiento musical información política, social y cultural, pero sobre todo la búsqueda de nuevos espacios para continuar vigentes en el medio de la radiodifusión.



*Grupo Imagen Telecomunicaciones (GIT)* fue adquirido por Organización Editorial Mexicana, con Olegario Vázquez Raña como titular y Ernesto Rivera como operador.

José Álvarez renunció cuando los nuevos dueños despidieron a locutores y productores clave para su emisora. Hay que añadir que la concesión de esta frecuencia terminará el próximo 2 de julio. “En entrevista, Álvarez advirtió que la estación musical no duraría más de un año, pues debía cumplir con compromisos como conciertos y la convocatoria del concurso de cortometrajes *Máximo 9 minutos 85 segundos*. Así, su programación salió del aire el 4 de abril y a partir de mayo emitirá noticias y programas hablados. A pesar de que la estación sí vendía, sus directivos cesaron este formato porque los noticiarios generan muchos más ingresos -aunque quizá en estos tiempos de sobreinformación y descrédito, menor *rating*”.<sup>21</sup>

De cara a esta situación, el vacío radiofónico para las propuestas enfocadas al entretenimiento musical, dedicadas al género rock, se volvió a abrir, el *Instituto Mexicano de la Radio, IMER*, tomó la estafeta, la responsabilidad de ofrecer un espacio especializado en una propuesta musical rock, “los cambios en el *IMER* comenzaron con la llegada de José Enrique Álvarez, contratado para reestructurar las frecuencias del Instituto: *Orbita 105.7, Opus 94 y Horizonte 108*. Para manejar la señal del *105.7 FM* designó a un equipo integrado básicamente por extrabajadores de la extinta estación *Radioactivo 98.5*: Marcelo Lara, como gerente, Raúl David Vázquez (Rulo), como programador y locutor, Francisco Alanís (Sopitas), e Ileana Rodríguez, Julio Martínez y El Cha, como locutores”<sup>22</sup>.

Esto se tradujo en la creación del concepto radiofónico *Antisocial*, que se transmite en el 105.7 de FM, y que nueva mente vuelve a mantener presente la propuesta rock alternativo en el cuadrante.

---

<sup>21</sup><http://www.jornada.unam.mx/2004/04/26/09an1esp.php?printver=1&fly=2>

<sup>22</sup> Nota periódico La Jornada, Espectáculos, lunes 06 diciembre del 2004, pág 9, Proveer productos éticos y culturalmente solventes, obligación moral del IMER.

## Capítulo II

### Estructura de las propuestas radiofónicas de entretenimiento musical

En este capítulo son divididos y comentados en sus partes los formatos radiofónicos que nos atañen *Hoy con Mariano*, *Antisocial* y *El panda Show*.

Para realizar la descripción de estos formatos radiofónicos fue requerido el uso de una tabla de diagnóstico, la cual se generó a partir del modelo de análisis del discurso, que señala Daniel Prieto Castillo<sup>23</sup>, y donde utiliza dos cuestionamientos, ¿Quién lo dice? y ¿Cómo lo dice?, preguntas que rescató del semiólogo Roland Barthes, sin embargo, nuestro análisis no es el de un discurso, si no el de un formato radiofónico, entonces para conseguir nuestro objetivo las sustituimos por ¿Cuánto tiempo tiene la palabra? y ¿Cuántas veces lo dijo?, así, a partir de esta adaptación se generaron las interrogantes, ¿Qué programa de radio?, ¿Cuánto dura el programa?, ¿Cuánto tiempo tiene el locutor la palabra?, ¿Cuál es el total de anuncios sobre eventos del espectáculo musical?, ¿Cuál es el total de noticias y reflexiones durante el programa?, y ¿Cuántas son las actividades ajenas a la música durante la emisión?

#### 2.1. Estructura de Antisocial de Reactor 105.7 FM

*Antisocial* es una propuesta radiofónica de entretenimiento musical, cinco días a la semana, lunes a viernes, con una duración de tres horas al aire, éstas divididas en dos bloques que descansan sobre una plataforma musical, uno es ocupado en hablar de temas cotidianos e involucrar al público, el otro consiste en

---

<sup>23</sup> Prieto Castillo Daniel, “La Fiesta del Lenguaje” Ed. Coyoacán México 1994, p.p. 229. “Análisis del discurso nos refiere dos preguntas, ¿Quién lo dice? y ¿cómo lo dice? Una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, nos encontramos en presencia de un recurso cuya función es cuantificar ciertos elementos que aparecen en un texto y reconocer la preponderancia de unos y otros, según la frecuencia de aparición”.

una entrevista, la cual puede ser con interpretes de la música que aborda este concepto, Rock, o con personajes de la vida cultural y social mexicana, “yo lo que propongo es un programa, un musical, básicamente con la música como esqueleto y donde se traten temas cotidianos y donde haya muchos invitados, principalmente músicos pero estamos abiertos a otro tipo de expresiones artísticas y sociales”<sup>24</sup>.

De los 180 minutos de tiempo en el aire, de los que dispone esta propuesta, aproximadamente 86 se destinan a la reproducción de canciones, cerca un 60 por ciento del tiempo efectivo del programa, 70 minutos, el otro 40 por ciento, son ocupados por el locutor, todo esto sin contar los tiempos destinados a los patrocinadores comerciales.

En relación a lo anterior, nos damos cuenta que en esta propuesta predominan los espacios musicales y las promociones relacionadas con estos, debido a que la mayor parte del tiempo se destina a la música, en tanto que, cuando el locutor se encuentra en el aire, es constante la promoción de eventos relacionados con espectáculos musicales, alrededor de ocho veces durante la emisión, y la entrevista que realizan comúnmente, es con algún grupo o músico roquero en boga o promoción.

Sin embargo, pese a que son muy pocos los elementos ajenos a la música que figuran en las emisiones de *Antisocial*, como son noticias, reflexiones sobre éstas, comentarios de la cotidianidad y promoción de eventos culturales, ajenos a la música, no dejan de tener presencia, sobre todo durante la segunda hora del programa.

Es importante señalar con datos más precisos el desarrollo de las actividades que conforman la programación de esta propuesta radiofónica:

---

<sup>24</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Antisocial de Reactor 105.7, Raúl David “el Rulo”.  
05/07/2006

-La lectura de noticias y los comentarios al respecto de éstas se da en cerca de tres ocasiones.

-Las actividades ajenas al mundo de la música ascienden a seis, incluyendo los segmentos noticiosos, y así mismo comprenden comentarios al respecto de asuntos cotidianos y la promoción de algún libro o la entrega de boletos para alguna película u obra teatral, así como los comentarios al respecto de ésta.

-La entrevista, al grupo o intérprete exponente del rock, tiene una duración, generalmente de 30 minutos y los comentarios promocionales, hechos por el locutor, son cerca de ocho.

Ahora, es necesario comentar cómo se da la distribución del programa:

-La Primera Hora es destinada a las melodías, notas sobre el mundo de la música rock, reflexiones y comentarios al respecto de éstas, todo, siempre salpicado de una o dos promociones de algún evento del mundo del espectáculo musical rock, ya sea por medio de comentarios o concursos por boletos para los conciertos.

-La Segunda Hora continúa en el mismo tenor de la primera, pero añade noticias nacionales e internacionales, reflexiones leves, poco comprometidas y utilizando el sarcasmo sobre las mismas, y se acentúan los concursos por boletos para los recitales roqueros.

-La Tercera Hora comienza con la entrevista del grupo o intérprete roquero invitado, ésta aborda la trayectoria y eventos en los que participará, así mismo, el locutor promueve el concierto que el intérprete o grupo dará o que está próximo a dar, la última media hora se destina a la reproducción continua de canciones.

El hecho de que *Antisocial* sea una propuesta radiofónica inclinada a la música no es algo fortuito, pues los creadores de este concepto piensan que a pesar de

que originalmente si existían programas con una propuesta musical, ésta sólo se inclinaban por la música pop, dejando completamente de lado el rock y a sus seguidores “hacía falta una estación de rock y un programa que tratara de esos temas para gente joven, ¿no?; desde una visión, no se si el término rock sea el adecuado, porque es un término muy abstracto, ¿no?, pero pues sí, desde una visión rock”<sup>25</sup>.

Cabe señalar que *Antisocial* no cuenta con un guión, los temas se abordan a partir de la información impresa y electrónica con la que cuentan, así, seleccionan y comentan sobre los temas que están de moda, sin embargo, tienen conocimiento de los invitados que recibirán y la hora en que se van a presentar, normalmente, a las diez de la mañana.

Esta estructura radiofónica, a pesar de no contar con un guión tiene un eje un antes y un después, este punto referencial está representado por una entrevista, pues antes de ésta, durante la emisión existe un equilibrio entre el tiempo destinado a las canciones y el dedicado al locutor, sin embargo, después, las canciones son continuas hasta el fin de la emisión.

La música es el elemento con mayor preponderancia del concepto radiofónico que significa *Antisocial*, pero la palabra no queda de ninguna manera de lado en éste, ya que al final, existe un equilibrio en el tiempo concedido a estos elementos radiofónicos.

En última instancia, aunque la base del programa es totalmente musical, el locutor no se abstiene de enriquecer la emisión con el uso de la palabra, al señalar en algunas ocasiones el contexto que rodea a cada canción, a sus intérpretes y/o creadores.

---

<sup>25</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de *Antisocial* de Reactor 105.7, Raúl David “el Rulo”.

## 2.2. Estructura de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7 FM

*Hoy con Mariano* es un concepto radiofónico de entretenimiento musical, siete días de la semana, con una duración de siete horas, donde los espacios hablados son prioritarios ya que durante la primera mitad, a pesar de que la música se encuentra presente durante toda la emisión, está dedicada, tanto a las noticias nacionales e internacionales como a constantes reportes viales, asimismo en la segunda mitad, aunque estos espacios noticiosos continúan, el programa toma un carácter más musical “el programa lo divido, de entrada en dos grandes bloques, seis a diez es mucho más informativo y más dinámico, diez a una estoy más centrado en amas de casa”<sup>26</sup>, cabe decir que dentro de estos bloques existen actividades íntimamente relacionadas con el uso de la palabra, ajenas a los noticieros, como son: reflexiones, cuentos y adivinanzas, éstas últimas generadas por el público infantil, y la lectura de libros.

Este programa ofrece una propuesta musical completamente pop, pero de los 420 minutos con los que cuenta, sólo 99 son usados para la reproducción de canciones, en tanto que los otros 221, de un total de tiempo efectivo al aire de 320 minutos, son destinados al uso de la palabra.

De los datos anteriores obtenemos que esta producción radiofónica de *Grupo Radio Centro*, si es musical pero no utiliza el elemento sonoro como eje o plataforma, si no como una actividad más que coexiste con otras en un universo de actividades ajenas completamente al mundo de la música y sus promociones.

*Hoy con Mariano* es un concepto en el que se observan diversas actividades radiofónicas, pues después de un bloque de tres canciones, el locutor salta a un noticiero con comentarios y reflexiones sobre las noticias, luego va a la lectura interpretativa de alguna novela y de ahí a una actividad interactiva con los radioescuchas, como es, que estos le planteen una adivinanza que deba resolver,

---

<sup>26</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

todo esto sin necesidad de volver a las canciones, promoción o anuncio de algún evento musical, y sin embargo también existen y aparecen regularmente durante la emisión.

Es importante señalar con datos más precisos el desarrollo de las actividades que conforman la programación de esta propuesta radiofónica:

-Doce son aproximadamente el total de anuncios o promociones del mundo del espectáculo musical que se dan durante el tiempo del programa, éstas pueden ser simples sugerencias para asistir a algún concierto o actividades, en las que los radioescuchas participan para ganar dinero o discos y consisten en citar la estación y la melodía que está sonando en ese momento, su intérprete y si tiene alguna presentación próxima y fue anunciada, señalar el lugar y fecha donde se realizará.

-Los bloques noticiosos e informes viales, algunos con sus respectivas reflexiones otros sin éstas, tienen un total aproximado de 23 apariciones dentro del tiempo de la emisión.

-Las actividades ajenas a la música<sup>27</sup> y los noticieros pueden ir de cinco a siete, éstas comprenden secciones como son:

- a) Ecos de Colorin Colorado: En este espacio los niños radioescuchas retan al locutor a descifrar las adivinanzas que le inquietan.
- b) La Caza del Tiburón: Es una promoción de campo del programa en donde el radioescucha que se encuentre donde el locutor señale tiene que llevar a cabo la solicitud de éste, la cual será verificada por algún elemento del programa que se encuentra en el sitio y así obtener un premio.

---

<sup>27</sup> Nota: la entrevista o entrevistas que se realizan en esta emisión radiofónica no se pueden catalogar como actividades ajenas a la música debido a que pueden ser todas relacionadas con ésta actividad o abordar temas sociales, económicos y políticos.

- c) Mariano en tu vida: Sección de reflexiones poéticas escogidas por el locutor o su equipo de producción (esta se puede repetir)
- d) Lectura del Libro: Sección de lectura interpretativa de alguna novela.
- e) Sección de Primeros Auxilios: Consejos de aplicación de éstos.
- f) Anuncios de los patrocinadores realizados por el locutor durante el tiempo efectivo del programa.

A continuación comentaremos los aspectos relacionados con la distribución del programa:

-Las Primeras cuatro horas comparten la misma personalidad, pues durante éstas a pesar de que la reproducción de canciones, las promociones de eventos relacionados con éstas, existen, la prioridad es para los noticieros y las secciones ajenas al mundo del espectáculo musical, con excepción de la entrevista ya que ésta no tiene definición y además se presenta en el segundo bloque.

-Las últimas tres horas siguen contando con espacios noticiosos y la repetición de algunas secciones de las primeras horas, pero luego de una entrevista de aproximadamente 30 minutos, la personalidad del programa se vuelve casi totalmente musical con la presencia de extensos bloques de canciones.

*Hoy con Mariano* sin duda es una propuesta radiofónica de entretenimiento musical, debido a que a pesar de que el uso de la palabra ocupa dos terceras partes de la totalidad del programa, la otra tercera parte está dedicada a la reproducción de canciones y asimismo durante el uso de la palabra, que corresponde al locutor, si no son frecuentes si son mencionados y promovidos los eventos relacionados con la música.

Por otra parte, este concepto radiofónico incluye varios géneros radiofónicos y está abierto a incluir todos los géneros radiofónicos que puedan caber en siete horas de emisión” su propuesta noticiosa es sui géneris, muchas veces la gente se



entera primero de muchas cosas en este programa... podemos jugar con las noticias, bromear, entrevistar a los personajes del momento, tener entrevistas coyunturales, todo cabe en un programa de siete horas”<sup>28</sup>.

Por último cabe señalar que *Hoy con Mariano* cuenta con una planeación y programación constantes, no cuenta con un guión sin embargo ya tiene una estructura establecida, en la cual, el locutor, se permite jugar con la aparición de las secciones durante la emisión pero sin salirse de la división de prioridades explicado en los párrafos anteriores.

### **2.3. Estructura del Panda Show de Radio 1, 104.1 FM**

*El Panda Show* es un concepto radiofónico de entretenimiento, siete días de la semana, con una duración de dos horas, cabe señalar que a pesar de que la música interviene en el transcurso de la emisión, no ocupa más allá del espacio de alguna sección, esto debido a que la mayor importancia recae en actividades interactivas entre el locutor, Panda Zambrano, y el público, las cuales consisten en realizar bromas telefónica en las que los participantes ocupan la mayor parte del tiempo efectivo del programa “yo creo que no es musical, o sea, te digo, creo, porque, vamos, empezó teniendo, no se, seis u ocho canciones, pero actualmente a menos que por ahí haya algún problema técnico se va a canción, pero es más hablado”<sup>29</sup>, de esta manera este concepto radiofónico se enfoca más en los espacios hablados, pero sin dejar de utilizar la música y por lo menos una vez a lo largo de la emisión se reproduce una melodía y se hace referencia a su intérprete o autor.

---

<sup>28</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

<sup>29</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM, 13/07/2006

*El Panda Show* es una propuesta radiofónica de las denominadas estaciones gruperas, por lo cual el género de las canciones que en él se llegan a reproducir corresponde a esta corriente musical, aunque de los aproximadamente 99 minutos, de tiempo efectivo, con los que cuenta ésta propuesta radiofónica de 120 minutos, 11.5 son destinados a la música, el restante 87.5 son para los espacios hablados que conforman el formato del programa.

Así, observamos que este concepto radiofónico corresponde a una propuesta hablada- musicalizada, lo cual no es igual a un musical hablado, como correspondería a la primera propuesta que aquí se comentó, Antisocial, sin embargo esta reflexión se abordará en el tercer capítulo en el que serán comentadas las diferencias y similitudes entre estos conceptos, ahora, de acuerdo con esta reflexión el *Panda Show* no usa la música como punto de referencia, su eje está situado en las bromas telefónicas que el locutor ayuda a realizar a los radioescuchas "el feeling del *Panda* y por supuesto el ritmo que le va dictando el auditorio, es el que hace el programa al final de cuentas, ¿no?, porque la gente quiere oír broma tras broma, entonces ese formato lo hace el auditorio, obviamente el que lleva el hilo conductor es Zambrano que va diciendo, va, vamos con broma. Hay una estructura pero también la va moldeando el auditorio"<sup>30</sup>

A continuación veremos como un radioescucha y el Panda Zambrano realizan los preparativos de una broma.

### **Broma al novio virtual de Panda Show.**

"radio escucha: ¡Hola, me llamo Ana!

Panda: ¡Hola, me llamo el Panda! ¿Cómo estás nena?

---

<sup>30</sup>Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

Radio escucha: ¡muy, muy nerviosa!

Panda: ¿Por qué Anacleta? ¡Se pone nerviosa, hoy!, no se ponga nerviosa Anacleta.

Radio escucha: Ay, no me digas así, ¡estoy nerviosa, estoy nerviosa!

Panda: ¿Por qué estás nervios, nerviosa, nerviosa?

Radio escucha: Porque... no se

Panda: Oye y ¿eres Ana Laura, Ana María.....?

Radio escucha: Ana Lilia

Panda: ¡Ana Lilia!, no pus si, mejor Anacleta.

Radio escucha: No, no, no, no

Panda: Si, si la verdad.

Radio escucha: No, no seas manchado.

Panda: ¡OOOOh!, pues es la neta, es la neta.

Radio escucha: ¿Por qué?

Panda: Así se llama la mamá del swicher

Radio escucha: aaah, jajajajaja.

Panda: O sea, tú sabes ¿no?, después te explicamos.... Aníta pláticame  
¿A quién le hablamos chancluda?

Radio escucha: Le hablamos a mi novio

Panda: Y ¿Cómo se llama tu novio?

Radio escucha: Juan Antonio

Panda: Juan Antonio, debe ser inteligente, porque se llama Antonio, ¿no?

Radio escucha: No, pues de hecho no

Panda: Y ¿Qué bromita para el tarimapendecuario de Juan Antonio?

Radio escucha: Mira a él lo conocí en el Messenger, él está en California,  
entonces nos empezamos a hacer, bueno, novios.

Panda: ¡Cibernovios! , ¿No? Porque supongo que no se ven

Radio escucha: Bueno, si, si, así.

Panda: ¿Cuánto tiempo llevan de ciber?

Radio escucha: Uuuuy, bien porquito, como dos meses

Panda: ¡Aaaay! y ¿Qué fue lo que te gustó? ¿Cómo te puedes enamorar de  
alguien a través de una pantalla?, jajajaja.

Radio escucha: No se, no se, es que yo lo veo, bueno si, no se, no se, es bien  
buena onda, es un amor de hombre. Pero lo que pasa es que yo, yo fui casada...

Panda: ¿Qué edad tienes Ana?

Radio escucha: Tengo 26 años.

Panda: ¡Orale!, y ¿ya eres divorciada?

Radio escucha: Este, si, si

Panda: Bueno entonces me estabas diciendo que fuiste casada y luego.

Radio escucha: Tengo dos niñas y el ya sabe, todo. El dice que nos lleva a todas, entonces este....

Panda: ¡Aah, Osea ya te ofrecio llevarte a California y todo el rollo!

Radio escucha: ya, ya él se va a venir a casar conmigo, según él y todo

Panda: ¿Y tiene papeles o qué, se va a ir a casar para arreglarte o qué hongo?

Radio escucha: Noooo, jajaja, nos vamos a ir, así

Panda: ¡No manches, de mojadita!, ¿Te vas a ir de mojarrita?

Radio escucha: Si me voy a ir mojadita, jajaja.

Panda: No manches, bueno, pues si te vas a ir mojadita y después te va a dejar. Jajajajajaja..... te va a dejar a bajo del río y a lo mejor luego te cruza. Jajajajajaja. Bueno y que más Ana, sígueme contando.

Radio escucha: Pues nada más quiero que le hagas una bromota, que tu eres, bueno que tu encontraste este teléfono, que eres, el papá de mis hijas y que qué onda, que me deje en paz o que tu quieres regresar conmigo y pues no se, que se haga a un lado él, a ver que te dice.

Panda: ¿Cómo se llama el papá de tus niñas?

Radio escucha: Se llama Francisco

Panda: Francisco, ¿Qué edad tiene Francisco?

Radio escucha: 29 años

Panda: ¿Cómo se llaman las dos chaparritas?

Radio escucha: Leilani

Panda: ¿Cómo?

Radio escucha: Una se llama Leilani

Panda: Lei- la- ni, ¡que nombres tan chundos le ponen luego!, jajajajaja, ¡no manches!, ¿Qué edad tiene Leilani?

Radio escucha: Tiene tres años.

Panda: Y la otra chaparrita

Radio escucha: Natalia

Panda: Y ¿Qué edad tiene Natalia?

Radio escucha: 6

Panda: 6 años, ok, ¿hace cuánto tiempo te separaste de Francisco?

Radio escucha: Hace 3 años.

Panda: 3 años, y ¿cuánto tiempo duró su relación?

Radio escucha: ¡Ay!, cómo 7 años

Panda: ¿Por qué se separaron?

Radio escucha: Por problemas, porque me puso el cuerno y todo eso

Panda: ¡Júramelo manita!

Radio escucha: Si, te lo juro

Panda: ¿Te engañó?, ¡tan chavos, o sea y en una relación!, y ¿con quién te engañó guey?

Radio escucha: ¿Mande?

Panda: ¿con quién te engañó?

Radio escucha: ¡Pues con una piruja!, jajajajajajajajaja

Panda: No pues eso indudablemente, pero....

Radio escucha: No si, si, si y de hecho si

Panda: No, pero con una amiga tuya, una compañera de trabajo

Radio escucha: No, no, no, con una vieja que ni conocí, este, y pues ya así estuvo mejor.

Panda: Y, ¿cómo te diste cuenta?

Radio escucha: Este, lo que pasa es que él se fue trabajar otro estado y pues ya me di cuenta cuando hablaba, entonces pues un día se lo pregunté y pues si, me dijo que si

Panda: o sea que llevan tres, cuatro años de matrimonio

Radio escucha: ¡Ah, ja!

Panda: Y cuando te diste cuenta luego, luego se la hiciste de emoción

Radio escucha: Si, si

Panda: Ok, a ver, bueno entonces yo te ando conquistando o reconquistando nuevamente o ya regresamos o ya estamos juntos o cómo quieres que me vaya.

Radio escucha: No que quieres otra vez, pero yo estoy muy enamorada de Antonio, entonces yo no quiero, entonces tu le vas a pedir a él de favor que por mis hijas se abra, bueno se haga a un lado.

Panda: ¡Ah, ok! Y yo le voy a decir que por el poder de greiscol de abras también, jajajajajajajaja

Vamos a hacer una cosa, por qué no pinto así el panorama, estamos juntos ahorita, yo le llamo a Antonio, me presento como Francisco, le digo que estoy



platicando contigo, que hemos tenido pláticas, estamos en la reconquista y ver la oportunidad por nuestras hijas, ¿ok?,

Radio escucha: ¡Ah, ja!

Panda: Por Leilani y por Natalia

Radio escucha: ¡Ah, ja!

Panda: Pero, tú me dices que estás enamorada de él, yo te estoy diciendo que realmente no estás enamorada porque realmente no lo conoces

Radio escucha: ¡ah ja!

Panda: Este, entonces yo le estoy hablando para qué onda que se abra, este, qué intenciones tiene contigo, que no se me hace justo, que está destruyendo una familia que ... jajajajajajajaja

Radio escucha: ¡Si, si, así!, ¡ah, ja, Si, si, así!

Panda: Digo, también pa que participes tu, ¿ok?

Radio escucha: ¡Ay, Nooooo!

Panda: ¿No?, ¡claro!, la segunda parte te toca a ti manita, no seas espantada

Radio escucha: Entonces, yo qué hago

Panda: No, no pues cuando tú, cuando te toque el turno, se supone, yo te voy a poner a decidir, pues, entre él y este, entre Antonio y entre Francisco, entonces tu

le dices sabes qué Antonio, mira, yo te quiero con el arma, jajajajaja. Discúlpame lo nuestro ha sido bien bonito pero lo hago por mis hijas.

Tú con el rollo de las hijas

Radio escucha: ¡Va!

Panda: A ver, a ver cómo reacciona, ¿eh?

Radio escucha: ¡Si!

Panda: ¿Te parece?

Radio escucha: ¡Si!

Panda: Muy bien, no me cuelgues, ¡Lo haremos después del corte!”<sup>31</sup>

Entonces a partir de esto se gesta una emisión radiofónica en la que las bromas telefónicas son el cimiento sobre el que descansan otras actividades, la mayoría habladas, como son<sup>32</sup>:

- a) La Chancla vengadora: Sección en la que el programa apoya a ciertas personas que no se sienten en igualdad de circunstancias que sus contrincantes.
- b) Cuenta conmigo: Sección de apoyo social en el que consiguen muletas, sillas de ruedas o servicios médicos para los miembros del auditorio que lo llegan a solicitar.
- c) Pájaro enamorado: Sección de enlaces de parejas.

---

<sup>31</sup> Panda Show de Radio 1 104.1 FM, “Broma al novio virtual” emisión 18/01/09

<sup>32</sup> Nota: Con excepción de las promociones, estas secciones no aparecen en todas las ediciones de esta producción de Radio Fórmula, a veces aparecen de una a dos por emisión.

d) Promociones de campo: Sección de regalos para los radioescuchas, que deben reportarse en algún sitio de la ciudad que haya señalado el locutor, realizar alguna actividad previamente señalada por el mismo y con esto obtener algún premio.

e) Recomendación de alguna canción y su intérprete: En esta sección el Panda Zambrano elige alguna canción que sea de su agrado, la recomienda y obviamente la reproduce.

A lo largo de alguna emisión del *Panda Show*, los elementos que la conforman aparecen con la siguiente frecuencia:

-A pesar de que la música no es un aspecto relevante en este programa los anuncios sobre eventos del mundo del espectáculo no dejan de figurar en él, pues aproximadamente tres veces son citados, por emisión, estos acontecimientos.

-En relación a noticias y secciones de la propuesta radiofónica ajenas a las bromas, éstas figuran también en tres ocasiones durante el desarrollo del programa.

-Las bromas son el punto fuerte del *Panda Show*, esto debido a que se generan alrededor de siete de ellas y en su desarrollo se lleva la mayor parte del tiempo del programa.

-Asimismo los promocionales humorísticos, referentes al programa, ocupan otro gran espacio con cerca de seis intervenciones.

La distribución de los tiempos del *Panda Show* no presenta un antes y un después, esto debido a que el programa inicia con bromas telefónicas y concluye de la misma forma, así que de acuerdo con el sentir del locutor se van incorporando al desarrollo del programa algunas secciones pues cuando éste

considera que las bromas han alcanzado un buen nivel de audiencia inmediatamente va a las promociones de campo o a la recomendación y reproducción de la melodía, en tanto que los promocionales humorísticos aparecen antes de ir al corte o al regreso de éste, por otro lado para que se desarrollen secciones como Pájaro Enamorado, La Chancla Vengadora y Cuenta con migo, será necesario que el auditorio así lo requiera, tal y como sucede con las bromas.

De esta manera podemos darnos cuenta que el *Panda Show* es un programa radiofónico de bromas, con fondos musicales, en donde de vez en cuando o en una sección específica se reproduce alguna canción.

## Capítulo III

### **Las Propuestas Radiofónicas de entretenimiento musical, Hoy con Mariano, El Panda Show y Antisocial, bajo la lupa**

A continuación en este capítulo estableceremos las diferencias y puntos de convergencia, que existen, entre las propuestas radiofónicas de entretenimiento *Antisocial*, *Hoy con Mariano* y *Panda Show*.

Las reflexiones que serán comentadas a lo largo de este apartado provienen de las descripciones de los formatos radiofónicos expuestos en el capítulo anterior, así a partir de los hallazgos descriptivos señalaremos las diferencias y similitudes que se presentan en los conceptos radiofónicos en comento.

#### **3.1 Diferencias entre Hoy con Mariano, El Panda Show y Antisocial**

Para establecer las diferencias entre las propuestas radiofónicas *Antisocial*, *Hoy con Mariano* y *Panda Show*, tomaremos como punto de referencia el primero, esto debido a que de los tres es el que denota mayor tiempo dedicado a lo musical, y siendo que el presente trabajo de investigación se inclinó por propuestas radiofónicas de entretenimiento musical, es natural que para establecer tanto diferencias como puntos de convergencia será necesario tomar como eje la propuesta más musical.

*Antisocial* es un concepto radiofónico de tres horas que dedica más del cincuenta por ciento, del tiempo efectivo, a la reproducción de canciones y a la promoción de eventos musicales, así como a las entrevistas con exponentes de la música que se toca en este programa, Rock, en contraste total tenemos al *Panda Show*, propuesta de dos horas en la que la musical no juega ni siquiera un papel

secundario debido a que está limitada a una sección de recomendaciones musicales en las que el conductor, Panda Zambrano, señala un grupo, un cantante de la música grupera, género musical del que se ocupa la propuesta, como algo que debe ser escuchado, por ende reproduce la canción y sólo que durante la emisión se enfrente algún problema técnico serán reproducidas otras melodías “No, yo creo que no es musical, o sea, te digo creo porque, vamos, empezó teniendo, no se, seis u ocho canciones... el contenido hablado le fue ganando terreno”<sup>33</sup>.

En el caso de *Hoy con Mariano* como propuesta de entretenimiento musical, dedicada al género pop, de siete horas, a pesar de presentar una mayor presencia de la musicalidad y de anuncios relacionados con el mundo del espectáculo, acusa dos terceras partes de espacios hablados y deja una tercera a la música, lo cual difiere de *Antisocial* y así mismo del *Panda Show*, pues la primera da mayor importancia a la música que a los espacios hablados, ya que es un musical con la intervención de la palabra, mientras que la segunda es un show hablado con la intervención musical como fondeos y la reproducción parcial de algunas melodías, salvo la recomendación, y por último *Hoy con Mariano* es una propuesta hablada, musical y noticiosa, en la que el show a cargo de el locutor y los espacios dedicados a las noticias ocupan la mayor parte del programa, pero sin restarle un ápice de importancia a la música.

En *Antisocial* existen espacios abocados a tratar temas noticiosos, se da lectura a las principales noticias del día y se comentan, en el *Panda Show* esto puede ocurrir, sin embargo no es una constante y cuando se da no existe una reflexión, en el caso de *Hoy con Mariano* los espacios noticiosos existen y durante las primeras horas del programa tienen la mayor importancia porque se dan constantemente informes viales y noticias, las cuales son reflexionadas desde una postura más o menos comprometida ya que, inclusive, si lo amerita contactan

---

<sup>33</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

algún experto en la materia o a alguien involucrado en el acontecimiento para tratarlo; de esto obtenemos que las noticias sobre el estado de las principales avenidas de la ciudad no se presentan en *Antisocial ni en el Panda Show*.

Por otro lado las noticias son comentadas en *Antisocial* sin compromiso y hasta con sarcasmo, “Yo creo que con sentido del humor que entra en lo sarcástico... si tenemos un humor un poco ácido y muchas veces nuestro sarcasmo se mal interpreta pero, bueno, así somos”<sup>34</sup>, además de no tener un peso importante ya que el conductor, Rulo, puede estar hablando del plantón perredista y antes de concluir el tema comenzar a hablar de *Chavelo*.

Así sea cual sea la actitud o enfoque con la que se abordan las noticias o espacios informativos, podemos establecer que es un rubro que debe estar presente en cualquier propuesta radiofónica con perfil comercial

Ahora es importante señalar que *Antisocial* y *Hoy con Mariano* son propuestas radiofónicas que pretendieron cubrir un espacio en la radio que sus creadores consideraron vacío, en tanto que los del *Panda Show* no, pues consideran que este programa es una propuesta de entretenimiento más que se inserto en el gusto del público.

En *Antisocial* se consideró que a la radio le hacía falta un concepto musical enfocado en la música Rock, “si hacía falta eso porque si había una oferta de radio juvenil pero que no tenía que ver con esta música que no surge en el escritorio de una compañía de discos”<sup>35</sup>, en tanto que Mariano Osorio, creador de *Hoy con Mariano*, sintió que al espacio radiofónico le era necesario un espacio informativo, pero alejado del pesimismo, de la negatividad y de la depresión que se vive en el país durante los años de 1994 y 1995, en los que surge este concepto radiofónico,

---

<sup>34</sup>Extracto de la entrevista con el conductor de *Antisocial* de Reactor 105.7, Raúl David “el Rulo”.

<sup>35</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de *Antisocial* de Reactor 105.7, Raúl David “el Rulo”.

como lo apreciamos en el primer capítulo, “yo venía de hacer noticias formalmente, noticiarios tal cual los conoces hoy, de hacer radio cultural y lo que note, en su momento y hoy, es una muy buena dosis de esa carga emotiva tan negativa, la sigo percibiendo en el cuadrante, y yo lo que quise hacer fue buscar un punto de equilibrio en donde se le dijera, desde mi punto de vista, las cosas a la gente que tenía que saber, pero sin quedarnos atorados en ese contexto y en ese ánimo negativo, pesimista, deprimente, crítico, sin propuesta de ruido político”<sup>36</sup>.

Dentro del concepto radiofónico que significa *Antisocial* pueden existir espacios completamente ajenos a lo musical pero en la mayoría de las ocasiones se limitan únicamente a comentarios, mientras que el *Panda Show* es completamente al revés pues los espacios musicales llegan a estar presentes pero siempre se reducen a una pequeña sección, fondeos o reproducciones parciales, asimismo cuenta con secciones habladas de mayor envergadura como son: La Chancla vengadora, Pájaro enamorado, Cuenta conmigo y las Bromas telefónicas que en *Antisocial* no existen.

Por su parte *Hoy con Mariano* también cuenta con secciones ajenas a la música de gran trascendencia en el programa, las cuales son: Ecos de Colorin Colorado, Mariano en tu vida, La Caza del tiburón, La Lectura del libro y Los Primeros Auxilios, sin embargo con excepción de los Ecos de Colorin Colorado y la Caza del tiburón las demás no requieren de la intervención del público para su realización, como si sucede con las secciones del Panda Show, las cuales dependen tanto del público, que si éste no las requiere no aparecen en la emisión.

Esto pone de manifiesto que la participación directa del radioescucha en el formato de la emisión no es un factor determinante en el éxito de la misma, dicho de otra manera, la participación activa o pasiva del auditorio es ajena al impacto que éste pueda tener en el gusto del público, debido a que finalmente ellos saben

---

<sup>36</sup>Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.



que si escuchan *Antisocial* es para poder oír un género musical que difícilmente encontrarán en otra propuesta radiofónica, si sintonizan a Mariano Osorio estarán concientes de que habrá espacios donde puedan participar directamente y otros que no, y si de el *Panda Show* se trata estarán en la conciencia de que el programa lo determinan totalmente ellos.

En resumen en el momento de la creación de un concepto radiofónico de entretenimiento el creativo sienta las reglas del programa, dejando o no abierta la posibilidad de participación directa sobre la emisión del radioescucha y de acuerdo con esto el auditorio sabrá que sintonizar.

Así mismo las secciones de *Hoy con Mariano* tienen una tendencia total a la reflexión cultural, mientras que las del programa del Panda Zambrano son de apoyo social o simplemente para divertir al público a costa de los radioescuchas que participan en las bromas o en los enlaces románticos.

Retomando de nueva cuenta el aspecto musical de estos programas radiofónicos, es importante decir que cada una de estas propuestas defiende perspectivas completamente diferentes de la música, *Antisocial* está enfocado a la música Rock, *Hoy con Mariano* presenta una propuesta Pop, música comercial en boga, y *Panda Show* proviene de las denominadas estaciones gruperas y a este género musical corresponde su oferta original.

Cada uno de éstas propuestas musicales nos significa la señalización de hacia que audiencia está dirigida cada propuesta, el género musical es determinante en la selección de la audiencia que se pretende satisfacer con la propuesta radiofónica.

Cabe señalar que las perspectivas de los creadores, durante la gestación de estos productos radiofónicos, es completamente diferente, pues, para los creadores de *Antisocial* la situación económica, política y social del país no afecto

en nada el contenido de su propuesta, mientras que tanto para los de *Hoy con Mariano y Panda Show* si influyó, aunque en formas distintas ya que para los del primero representó la oportunidad de ofrecer un programa de entretenimiento musical, con carácter noticioso alejado del fatalismo radiofónico provocado por los acontecimientos de la época, los del segundo vieron la posibilidad de presentar un formato radiofónico que explotara la comicidad desde la fatalidad que se le atribuye como característica al pueblo de México “El carácter del mexicano, de nosotros que de todo nos reímos, o sea, de la muerte, de las desgracias, todo es chiste... es una crítica a las condiciones de existencia del mexicano; es que no puede ser posible que pase esto en el país, ja, ja, ja, a mí me pasó, y hago mi broma porque estoy reflejando y cómo, tal vez, lo voy a justificar, bueno ya me pasó, pues sonriendo”<sup>37</sup>.

Por último resulta necesario indicar que *Antisocial* es una propuesta radiofónica nacida de la escasez de espacios para difundir la música rock, influyen en su concepto las pocas oportunidades que recibe este género en la radio nacional, mientras que la influencia de *Hoy con Mariano y El Panda Show* es el medio político, económico y social del país, así como en el ámbito de los negocios de la industria radiofónica, se ven impulsadas ya que la búsqueda de patrocinios fomenta los programas de pop en español y música grupera, géneros que abordan respectivamente.

Con esto podemos pensar que el éxito de una propuesta radiofónica no se consigue porque sea lo nunca escuchado, si no por las necesidades del medios radiofónico que privilegiará la mercancía que considere que se vende mejor, que fue el caso de *Hoy con Mariano Y El Panda Show*, en sus inicios.

Lo que nos muestra que siempre que se pretenda vender una propuesta radiofónica será de vital importancia estar al pendiente hasta de cómo se comportan las finanzas en las cadenas radiofónicas.

---

<sup>37</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

### **3.2 Puntos de convergencia de las propuesta Hoy con Mariano, Panda Show y Antisocial**

Es importante retomar algunos datos que se observaron a lo largo del primer capítulo y ahora en este capítulo III significan puntos de convergencia entre las ofertas de entretenimiento expuestas aquí.

En principio, *Hoy con Mariano* y *el Panda Show* son propuestas radiofónicas consideradas como Shows de la radio, las cuales vieron la luz en el primer lustro de los 90, para ser exactos en 1994, “*El Panda Show* nace en el 94... en esta época se abren varios shows *la Mano Peluda, Mariano Osorio y el Panda Show*”<sup>38</sup>, “*Mariano en las Mañanas*, 1994, cuando arrancan esas transmisiones en *Stereo Joya*”<sup>39</sup>. Entonces aquí encontramos una coincidencia, la cual se sitúa en la contemporaneidad que existe entre estos formatos.

Así mismo encontramos la presencia del noticiero como género radiofónico en los tres programas, perfectamente bien estructurado en *Hoy con Mariano* y tipificado o representado en *el Panda Show, en Antisocial* con la lectura de los encabezados de los periódicos del día y algunos comentarios al respecto de estas notas en el segundo, aunque escueto e intermitente entre emisión y emisión.

*Hoy con Mariano* y *Antisocial* comparten la presencia del género radiofónico que significa la entrevista en radio, esto debido a que en las dos propuestas radiofónicas existen espacios dedicados a recibir a algún personaje en boga y realizar con él un trabajo periodístico como es la entrevista.

---

<sup>38</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

<sup>39</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

*El Panda Show* y *Hoy con Mariano* convergen en que tienen extensos espacios en los que el único elemento radiofónico que figura es la palabra, esto se ve representado en la enorme cantidad de tiempo que Antonio Zambrano, el Panda, dedica a las bromas telefónicas y en el caso de Mariano Osorio se observa en que después de un largo tiempo de noticiero o reportes viales no continúa el desarrollo del programa con la reproducción de una canción, si no con un juego de interacción verbal con el público, Ecos de Colorin Colorado, la lectura del libro y/o reflexiones (poemas).

La necesidad cubrir un espacio que se consideró vacío representa una similitud entre los creadores de *Hoy con Mariano* y *Antisocial*, pues Raúl David, ponente del segundo, sintió que en el cuadrante hacia falta una propuesta joven enfocada al rock, mientras que Mariano Osorio pensó que en el espacio de la radio se necesitaba una propuesta que abordara la problemática del país con una cara amabilísima.

Considerar sus propuestas radiofónicas como una forma de respuesta ante los problemas que aquejan a la sociedad es el punto en el que *El Panda Show* y *Hoy con Mariano* se encuentran porque la consigna para los creativos del programa de Antonio Zambrano es entretener y divertir a un pueblo abrumado por los problemas económicos, políticos, sociales, de convivencia social y violencia, mientras que para el conductor del programa de Stereo Joya el objetivo es informar a la sociedad del acontecer nacional sin caer en pesimismo, si no por el contrario tratar estos tópicos desde una perspectiva realista positiva, en la cual se señala que el problema existe mas tiene solución.

En relación al párrafo anterior es importante recordar que tal y como se vio en el primer capítulo, *El Panda Show* y *Hoy con Mariano* son conceptos nacidos en el año de 1994, contemporaneidad que ya se señaló sin embargo no se indicaron los rasgos característicos y la gran similitud que ésta les dio.

El quinto año de la década de los 90 fue determinante en la vida nacional de nuestro país, esto debido a que en este periodo México fue desestabilizado por una serie de nefastos acontecimientos como el levantamiento del *Ejército de Liberación Nacional*, EZLN en Chiapas, el asesinato del entonces candidato del PRI a la presidencia, Luis Donald Colocio, el Asesinato del político Ruiz Massieu, el error del 1 de enero del 95, que sumergió en una crisis económica de graves consecuencias a la nación.

“Mariano es tan normal, que como ocurre generalmente con las figuras mediáticas, consiguió ganarse la admiración incondicional y el odio militante de mucha gente a la vez, en un tiempo casi récord. Y si uno pone su nombre en un buscador de internet, lo mismo encontrará foros en donde las personas ruegan por un link para poder descargar sus reflexiones, que blogs en los que hay quien despotrica enérgica y apasionadamente sobre el contenido “cursi” de su programa”<sup>40</sup>

La visión que los creativos de estos programas tienen del público implica otra convergencia, el concepto del receptor pasivo no existe en estas propuestas pues éste debe interactuar de tal forma que sea parte misma del programa, tiene una importancia tal como la del locutor pues de lo que haga dependen íntimamente el rumbo de la emisión y el concepto.

*El Panda Show* esta hecho por el público, al menos así lo señala Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística de este programa de *Radio Uno*, “El ritmo que le va dictando el auditorio es el que hace el programa a final de cuentas, por que la gente quiere oír broma tras broma, la gente no va a oír canciones a menos de que sea una canción que les dice Zambrano que es lo máximo, que es la nuevesita, - que es una composición que el se encontró, no se, una excepción, entonces el formato lo va haciendo la gente, porque la gente dice, bueno hazme una broma del tamalero, hazme la broma con el padre aguacate, hazme la broma con el

---

<sup>40</sup> Extracto de artículo publicado en <http://www.revistaopen.com.mx/articulos.php?id>

chimino, ya ellos piden su broma y ellos van, de alguna manera es el otro polo del proceso de comunicación, el receptor dice yo quiero jugar a esto también, y les dice órale y se hace”<sup>41</sup>.

En *Hoy con Mariano* lo que el público dice, piensa y siente al respecto del programa es cuidadosamente escudriñado, pues escuchar a la audiencia y estar pendiente de lo que está pensando es la base del éxito del programa, así lo indica Mariano Osorio, locutor de la propuesta, “Desde mi punto de vista para poder tener éxito en un programa, más que saber que es lo que tienes que decir o como tienes que decir las cosas, tienes que saber escuchar, saber perfectamente escuchar lo que la gente te está diciendo y a veces te lo dicen con llamadas, a veces con un email, a veces con un fax, a veces te lo dicen sin decírtelo, o te dicen otras cosas y tienes que entender su texto, saber escuchar, a eso me refiero”<sup>42</sup>.

Y por su parte *Antisocial* alude a la observación de los resultados que sus opiniones y sugerencias musicales generan en el mercado de la música, la forma en que las tiendas ponderan los productos musicales que ellos sugieren, así como los radioescuchas de esta estación responden comprando los mismos, así lo asume Rulo, conductor de *Antisocial*, en la medida que el público acepta y consume lo que en su programa recomienda es como se aprecia el éxito de la propuesta “el discurso musical de la estación es muy influyente, impresionante dentro de la industria de la música, la está cambiando de algún modo o un aspecto, tu ahorita vas a *Mixup* y está *Zoe* en primer lugar y está por ahí *Allison* y *División*, del top cinco. Pues es notorio que *Reactor* es una de las piezas importantes que están cambiando la fórmula en que se consume la música en este país”<sup>43</sup>.

---

<sup>41</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

<sup>42</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

<sup>43</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Antisocial de Reactor 105.7, Raúl David “el Rulo”.

A partir de la visión que Rulo, locutor de *Antisocial*, tiene de la respuesta del público en relación a la forma en que un concepto radiofónico puede influenciar a cierto sector de la población, apreciamos la figura del líder de opinión quien se encuentra presente en las tres propuestas y significa una convergencia más.

También debemos tener presente que el liderazgo de opinión figura en las tres propuestas radiofónicas, esto debido a que los locutores de éstas, Mariano Osorio, de *Hoy con Mariano*, Antonio Zambrano, *El Panda Show*, y Raúl David, de *Antisocial* cuentan con esta característica, que de acuerdo con los postulados del Flujo de la Comunicación en Dos Pasos de Paul Lazarsfeld<sup>44</sup>, debe existir en la figura del locutor de un programa radiofónico que pretenda tener identificación plena con sus radioescuchas.

“O sea va moldeando, el locutor, su encuentro en base a lo que está escuchando del receptor...si, porque no es lo mismo mandar un saludo para ciudad Neza, ¡ hola qué tal un saludo para Ciudad Neza!, pero si dices ¡ un saludo para Ciudad Neza, para el Bordo, donde todos los domingos juegan fútbol y se roban los carros!, entonces el auditorio o el oyente dice ¡ah chin, pues es que si conoce él por acá y el saludo lo sienten pues más íntimo”<sup>45</sup>

Así el ideal del discurso que el medio de comunicación desea insertar en el núcleo social al que se dirige queda indeleble en la memoria y opinión de éste debido a que el portador del mismo, el locutor, es considerado como uno más del grupo social al que se dirige, “que Mariano es un líder de opinión, por supuesto que lo es, por la audiencia que tiene su programa, por el impacto que tiene en la vida de la gente que lo escucha, y estamos hablando de un millón y medio de personas en promedio por día”<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> José Carlos Lozano Rendón “Teoría e investigación de masas” E.d. Alambra Mexicana, México 1996 pp. 233, p. 48

<sup>45</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1

<sup>46</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

Por último es importante señalar que el liderazgo de opinión se puede ver claramente reflejado en la forma en que el radioescucha consume los productos que el medio le ofrece, “yo no se si mi discurso sea muy influyente a las otras personas, el discurso musical de la estación es muy influyente e impresionante, pues es notorio que *Reactor* es una de las piezas importantes que están cambiando la fórmula en la que se consume música en este país, ahí si creo que es muy influyente y creo que si somos un líder de opinión, en cuanto a música, en cuanto a rock”<sup>47</sup>.

Es relevante la importancia de *Radioactivo* para la juventud mexicana, tanto *Radioactivo* como sus derivaciones fueron vehículo de la cultura y del rock.

Radioactivo impulsó lugares y movimientos culturales, como la revista “*Laberinto*” o los clubs “*El hijo del cuervo*” (aún activo en el jardín de Coyoacán), “*Fixión*”, “*Sextina*” (propiedad de Olallo Rubio).

La extinción de *Radioactivo* se percibió como la pérdida de una vía importante de comunicación y expresión para los jóvenes

### **3.3 En las convergencias estriba la fórmula del éxito**

Antes de empezar con este apartado es importante volver a señalar el objetivo de la radio, su razón básica de ser, informar y entretener son estos principios los que le otorgan sentido y norte a este medio de comunicación, a partir de ellos se debe gestar cualquier propuesta radiofónica si se desea que sea un producto funcional, ésta es la primera convergencia clave del éxito que hemos hallado en *Hoy con Mariano*, *Panda Show* y *Antisocial*.

---

<sup>47</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Antisocial de Reactor 105.7, Raúl David “el Rulo”.



Informar y entretener se encuentran insertos en el proceso de gestación de estos programas, a lo largo de este trabajo de investigación descriptiva nos hemos topado una y otra vez con la importancia que para *Hoy con Mariano* representa mantener informados a los radioescuchas, acerca del acontecer diario de nuestra nación, prueba de ellos es el extenso espacio que el programa dedica al noticiero, que prácticamente abarca la primera mitad del programa como apreciamos en el capítulo dos.

En tanto que la propuesta *Panda Show* alude constantemente a la necesidad de entretener, abstrayendo al auditorio de sus problemas por medio del humor, convirtiendo el escenario del problema en una sátira cómica luego de un escueto señalamiento de la noticia social, económica o política, que se encuentre en boga, viene un proceso de humorización de este suceso.

Nuevamente la información y el entretenimiento se hacen presentes en el concepto de *Antisocial*, en el que la información política, económica y social no lleva la voz cantante, pero la relacionada con la cultura y sobre todo con la Rock es de vital importancia ya que, en efecto, se aprecia un segmento noticiosos en la lectura de los encabezados de los principales diarios, pero siempre recalando en las noticias relacionadas con expresiones artístico- culturales, en tanto que el entretenimiento está asegurado por el tipo de música que se presenta y que difícilmente se escuchará en otra estación del cuadrante como lo pudimos apreciar a lo largo de esta labor descriptiva.

Así mismo es importante tomar en cuenta que en relación a la importancia de la información, *Antisocial* y *Hoy con Mariano* aluden a la presencia del género radiofónico de la entrevista, pues un espacio de su programación está dedicado a recibir y entrevistar a un personaje de importancia en ese momento, sin embargo de nuevo nos damos cuenta, aquí, de la inclinación del programa, Mariano atiende temas sociales, económicos, políticos y culturales, en tanto que *Antisocial* enfoca

su atención, de nuevo, en personajes de la vida cultural nacional, sobretodo que tengan que ver con la música Rock.

Ahora bien, una vez que encontramos la inclinación hacia donde se orientan los conceptos radiofónicos aquí descritos, nos hemos dado cuenta que unos tiene como piedra angular la información y otros el entretenimiento, surgen dos preguntas, ¿a quién entretienen?, ¿a quién informan?, la respuesta, al auditorio, ¡así es!, y es de éste o más bien de la visión que estas tres propuestas radiofónicas tienen del que se desprende la segunda convergencia clave del éxito de éstas propuestas.

En las tres se observa al auditorio como un ente plenamente activo, capaz de interactuar con el concepto radiofónico, pero sobre todo necesario para el desarrollo, crecimiento y permanencia del programa, tan vital como el locutor, en mayor grado, como en el *Panda Show* donde las bromas las hace el auditorio y el Panda Zambrano sólo es una especie de guía, mediana mente, como es el caso de *Antisocial* donde la respuesta del publico se aprecia en la oferta y compra de la música o asistencia a los eventos que aquí se sugieren y por último en la audiencia, raiting, necesidad de los radioescuchas por adquirir los productos que se gestan en este programa como son las Reflexiones de Mariano en Cd, o la búsqueda de espacios en internet donde encontrar más sobre el locutor y su propuesta, entonces el auditorio no esta ahí sólo para escuchar, es necesaria su respuesta y participación dentro, con mensajes que le hagan saber al locutor lo que desean y fuera del programa para que con sus actitudes y audiencia del mismo aseguren su éxito y permanencia.

El hecho de que los locutores de éstas propuestas se encuentren tan conectados con el sentir de su audiencia nos lleva a la tercera convergencia clave del éxito, la cual estriba en el liderazgo de opinión que ejercen en sus radio escuchas, pero antes de continuar es necesario hacer un espacio y señalar la importancia del

líder de opinión en un proceso comunicativo como el que existe entre un locutor y la audiencia.

Bien, de entrada el líder de opinión no cambia, mucho menos va en contra de lo que originalmente piensan sus seguidores, es uno más de ellos, alguien cercano que comparte la misma visión, la misma cultura, sólo que dispone de la información con la que no cuenta el resto “el impacto de los medios es limitado, las conexiones sociales interfieren y neutralizan los mensajes de los medios masivos en los que no se tiene la confianza como en la propia familia, los amigos y los compañeros de trabajo, la influencia no va directamente de los medios al individuo, sino que llega a la mayoría a través de un número pequeño de personas informadas que filtran las noticias para todos los demás (los líderes de opinión)”<sup>48</sup>

Los medios de comunicación, en este caso las radiodifusoras usan todo aquello que les permita la mayor cercanía con el auditorio, esta relación la presenta en forma grafica y muy sencilla el flujo de la comunicación en dos pasos de Lazarsfeld, “Medios de difusión → Líder de opinión → Individuos en contacto con un líder de opinión”<sup>49</sup>, finalmente esto es un negocio y hay un sinfín de productos que colocar y la mejor recomendación de compra la recibimos de alguien que es como nosotros, por ende tiene las mismas necesidades y aspiraciones.

Es sumamente importante que el locutor comulgue con todo lo que el radioescucha considera familiar, con todo aquello que le da confianza y lo hace sentir seguro e integrado “no es lo mismo mandar un saludo para Ciudad Neza, ¡hola qué tal un saludo para Ciudad Neza!, pero si dices ¡un saludo para Ciudad Neza, para el Bordo, donde todos los domingos juegan fútbol a las doce de la mañana y se roban los carros!, entonces el auditorio o el oyente dice ¡ah chin,

---

<sup>48</sup> José Carlos Lozano Rendón “Teoría e investigación de masas” E.d. Alambra Mexicana, México 1996 pp. 233, p48

<sup>49</sup> José Carlos Lozano Rendón “Teoría e investigación de masas p49

pues es que si conoce él por acá!, entonces cuando tiene más datos, cuando les habla en ese tenor lograra mayor contacto”<sup>50</sup>

En consecuencia con este sistema de acercamiento con el auditorio los proyectos deben ser sumamente cuidadosos al momento de elegir al individuo que dará la cara, en este caso la voz por la propuesta radiofónica que se pretenda lanzar, pues debe corresponder tanto con el concepto del proyecto como con el perfil del radio escucha “Claro pon a un viejito del *Fonógrafo* a hacer un programa del 97.7 en las mañanas y que les ponga de repente un danzón vas a ver como la estación se viene a clavar en ese horario, tienes que tener gente que tenga que ver con la gente a la que le está hablando”<sup>51</sup>, los locutores de Hoy con Mariano, El Panda Show y Antisocial han conseguido estar en común con sus radioescuchas.

Mariano Osorio, *Hoy con Mariano*, lo refleja en su altos niveles de audiencia producto de una propuesta radiofónica, que tiene duración siete horas diarias los 365 días del año, un show radiofónico plagado de noticias y secciones con una actitud de fungir como una compañía para las amas de casa, como lo refiere Mariano Osorio y se señala en el segundo capítulo, “Mariano es un líder de opinión, por supuesto que lo es, por la audiencia que tiene su programa, por supuesto que lo es, por el impacto que tiene en la vida de la gente que lo escucha, y estamos hablando de un millón y medio de personas en promedio por día”<sup>52</sup>

Panda Zambrano, *Panda Show*, ejerce su liderazgo a partir de su gran interacción con una audiencia con la que juega, se divierte, se hace sentir como uno más de ellos durante la hechura de bromas telefónicas que propone el público que se comunica al programa, que sugiere y que él simplemente las sigue, las guía pero respeta el hilo conductor propuesto por el radioescucha que se ha comunicado

---

<sup>50</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

<sup>51</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

<sup>52</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

pues sólo figura como un personaje dentro de una trama que el individuo ha creado, “Forma opinión porque esta en un aparato masivo, entonces si el dice estoy comiendo esto, lo compré allá en la esquina, pues van a la esquina”<sup>53</sup>

Rulo, *Antisocial*, presenta el liderazgo de aquel que tiene para dar lo que otros no tienen o no quieren proporcionar, el concepto musical que presenta, el rock alternativo que otros no tienen lo provee él, lo tiene, como se señaló en el apartado 3.2 de este capítulo.

Sin embargo el hecho de que a partir de la música que se programa en *Antisocial* se sustente la clave del liderazgo de opinión del Rulo, locutor de esta propuesta radiofónica, no implica que en las otras propuestas la música no figure, finalmente la música es un elemento de la radio y es en ella donde rescinde la cuarta convergencia clave del éxito pues finalmente estas propuestas son de entretenimiento musical.

En el caso de *Hoy con Mariano* la segunda parte de su programa se dedica a la exposición de la música pop, mientras que la propuesta *Antisocial* presenta rock alternativo desde el principio hasta el final de la emisión, ponderando más la presencia de la música que de la palabra.

En el caso de del *Panda Show* la palabra le ha ganado gran parte del programa a la música al grado de borrar o sólo reducir a una canción que prenda mucho al locutor, Antonio Panda Zambrano, sin embargo no deja de figurar y la génesis de este programa es de entretenimiento musical como lo señala su Asistente de Dirección Artística, Modesto Santos en el capítulo dos y el apartado 3.2 de este capítulo, donde indica que la propuesta contaba con algunos segmentos musicales en principio, aunque siempre desde la postura de negar que la propuesta sea musical mas ésta no deja de estar presente.

---

<sup>53</sup> Extracto de la entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM

Por último y de acuerdo con lo hallado, producto de esta investigación descriptiva de las propuestas *Hoy con Mariano*, *Panda Show* y *Antisocial*, concluimos que toda aquella propuesta radiofónica que aspire a ser un producto funcional y a la postre alcanzar el éxito y la longevidad, debe contener en su mapa genético una gran convicción observadora del entorno político, social, económico, cultural y mercantil del auditorio al que se dirige, jugar con estas situaciones, ser parte y propuesta de solución, al menos desde los objetivos de este medio de comunicación, Informar y entretener para así forjarse un rumbo y una personalidad como programa radiofónico.

## Capítulo IV

### ¿Y ahora para dónde jalará la radio?

Antes de dar inicio a esta reflexión acerca del camino que probablemente, de acuerdo a lo visto a lo largo de los capítulos anteriores, seguirá la radio de entretenimiento musical mexicana, es necesario recapitular al respecto de la trayectoria que tuvo la radio desde mediados del siglo XX hasta el momento, después de haber tomado como puntos de referencia de la actualidad las propuestas *Hoy con Mariano*, *El Panda Show* y *Antisocial*.

A lo largo de este trabajo vimos como la radio y la audiencia caminaron juntos hasta aquí, las propuestas de entretenimiento musical surgieron para complacer a un auditorio que se le escapaba seducido por la imagen de la televisión.

La radio de finales de los 50 requiere aumentar su número de radio escuchas, el auditorio quiere escuchar la música de moda, el rock and roll, ambos radio y radioescucha, lograron sus objetivos, la radio audiencia creció, sin embargo hubo algo más para el radio oyente, su voz sonó en el espacio radiofónico hizo eco en la programación como se puede ver en el capítulo I, “*De la radio toca disco a la radio informativa, de denuncia y también, toca discos*”, dejó de ser una audiencia totalmente pasiva para hacerse oír y formar parte del programa mismo, pues con su participación solicitando la canción de su agrado permitió el desarrollo de estas primeras emisiones de radio de entretenimiento musical.

Esta relación creció, y tomó su mayor fortaleza en los 80 con el auspicio de un mercado musical creciente al tiempo que los radioescuchas sentían que los programas eran suyos y se identificaban con ellos por la sensación de ser ellos quienes los programaban con sus peticiones, al tiempo que los consorcios radiofónicos obtienen buenas ganancias, producto de los redituables negocios con las disqueras, las cuales mediante sobornos, *payola*, definen quienes serán los

artistas más tocados del momento, así, en efecto, la gente decidirá que canción quiere oír pero de entre las melodías que previamente se han designado para circular.

Sin embargo la radio tiene mayor potencial, tiene mayores servicios que ofrecer que el de tocar discos, esto se pone de manifiesto en la década de los ochenta cuando la radio de entretenimiento musical, donde los programas se limitan a tocar canciones, entre melodía y melodía un locutor reseña las trayectorias de los interpretes así como el lugar que la canción ocupa en las listas de popularidad, ocurre una tragedia nacional, el sismo de 1985 destruye buena parte de la ciudad de México, cambia la visión de toda una sociedad que rápidamente debe madurar y responsabilizarse de si misma, pues el gobierno no está a la altura de la situación y la radio es requerida como vehículo de comunicación interpersonal, como medio de urgencia y como instrumento de denuncia.

Entrados los 90 los problemas económicos, políticos y sociales continúan sacudiendo a la sociedad mexicana, desastres en la economía, alzamientos armados, asesinatos en la cúpula de la política, los radioescuchas van a cambiar, tienen nuevas necesidades, quieren una radio que ofrezca un foro de denuncia y de urgencia, con locutores involucrados con lo que ocurre en el país, que generen una opinión y postura al respecto, pero sin renunciar jamás al entretenimiento musical.

“Por consiguiente, en los últimos años es posible decir que la radio ha cambiado tanto interna como externamente, lo cual se ve reflejado en la participación del radio escucha quien finalmente dejará su carácter de actor pasivo para ser la voz más activas de la radio”<sup>54</sup>

Bien, este recorrido que la radio de entretenimiento musical y el radioescucha hicieron desde mediados del siglo XX hasta principios de los noventa resultó en propuestas radiofónicas como son *Hoy Con Mariano*, *Panda Show* y *Antisocial*, las

---

<sup>54</sup> Blancas Garduño /Ibarra Mata “La intercomunicación vía telefónica. Locutor- radio escucha” p 61



cuales son modelo de programas de radio exitosos como se apreció a lo largo de los capítulos anteriores, mas como muestra de su éxito vale la pena a ludir a su permanencia en el cuadrante que ya es más de una década.

Entonces, a partir de este momento cuál será la posible ruta que seguirá la radio de entretenimiento musical, de entrada hay que señalar que la radio se adapta a la sociedad en la que se encuentra, a sus cambios, a su crecimiento y decrecimiento, a su madurez y a sus retrocesos, asimismo es importante tomar en cuenta que el radio escucha ha conseguido apropiarse de un espacio en el cuadrante, su voz suena, sus necesidades de denuncia, de urgencia, en mayor o menor medida figuran en las propuestas radiofónicas, pero sobre todo, el radio escucha quiere mayor presencia en la radio.

Entonces a partir de este panorama nuevamente se ponen en juego las necesidades del radioescucha y las de la radio, los intereses de uno contra el otro, donde se encuentre el punto de conveniencia para ambos ahí se encontrará la flecha que señalará la ruta que seguirá la radio de entretenimiento musical y ese punto siempre ha estado ahí, continua ahí, la música es un negocio lucrativo para las emisoras, para el radioescucha es su compañía a la que no ha renunciado ante ninguna circunstancia.

De acuerdo con esto, de las tres propuestas expuestas en este trabajo el camino a seguir, por el negocio que significa la música para las emisoras sería un formato como el de *Antisocial*, los espacios otorgados a la música son mayores a los que recibe la palabra o cualquier otra actividad ajena a lo musical como pudimos apreciar en el capítulo dos de este trabajo.

Asimismo es importante tomar en consideración que la música es una mercancía y la radio su escaparate, *Antisocial* ha demostrado ser un excelente exhibidor, pues esta propuesta radiofónica con su programación musical ha cambiado la forma en

que se consume la música en México, tal y como lo señala su locutor, Raúl David, y se reseña en el capítulo dos apartado 3.2 de esta tesina.

Entonces si el entretenimiento musical es el punto donde convergen los intereses del radioescucha y de las radiodifusoras, *Antisocial* es la muestra del camino que seguirá la radio de entretenimiento musical nacional, sin embargo lo específico o particular del material musical que se exhibe en este tipo de propuestas “en un esfuerzo por atraer aun estrato particular de la audiencia con gusto específico pueden caer en un riesgo alto de competitividad, ya que la emisora deliberadamente restringe su potencial de audiencia”<sup>55</sup>

Entonces lo específico del material de propuestas como *Antisocial* dificulta que se les pueda ver como el eslabón entre la radio de entretenimiento musical actual y la del futuro inmediato.

Por otro lado tenemos propuestas que han cedido ante la exigencia del radioescucha de tener mayor presencia al aire, ponderando de manera total la voz del locutor y del radioescucha sobre lo musical, reduciendo las canciones a una sección que inclusive puede o no figurar en la emisión, este es el caso del *Panda Show*, una propuesta que como señala Modesto Santos, Asistente de Dirección Artística del *Panda Show*, en el capítulo tres, apartado 3.1 de este trabajo, comenzó siendo musical pues tenía de 6 a 8 canciones, mas la gente fue otorgando mayor importancia al espacio de la broma en el que el radio escucha participa en la emisión, donde éste deja su pasividad para convertirse en el protagonista de la emisión sin importar ridiculizar su persona o la de un ser amado, todo es valido con tal de protagonizar el chiste telefónico que el locutor, Antonio “Panda” Zambrano lleva a cabo por sugerencia y con el coprotagonismo del radioescucha.

---

<sup>55</sup> Blancas Garduño /Ibarra Mata “La intercomunicación vía telefónica. Locutor- radio escucha” p50

La radio de entretenimiento musical desde mediados de los 50 hasta el momento consiguió gran aceptación, sin embargo para tener el éxito del que ahora goza tuvo que ceder a las necesidades del radio escucha, ahora una de esas necesidades exige mayor presencia al aire, quiere ser más emisor que escucha y el *Panda Show* le brinda la oportunidad de que su voz figure en el cuadrante, pero en pos de mantener su vigencia esta propuesta sacrificó el espacio de la música, lo cedió al radio escucha y de esta manera perdió su carácter de entretenimiento musical para sólo entretener, obviamente esta trayectoria que lleva en su producción descarta al *Panda Show* como referente del siguiente paso que seguirá la radio de entretenimiento musical por el hecho de prescindir de la música como elemento principal.

Bien, antes de continuar es necesario recordar el concepto de radio comunicación de María Cristina Romo “donde el empleo indiscriminado de música se limite, la noticias dejen de ser huecas y sirvan al radio escucha para ser conciente de su realidad, del mismo modo deje de ser privado y actúe con justa razón en el proceso comunicativo en radio”<sup>56</sup>

Este concepto del lugar a donde debe llegar la radio aun se ve lejano, pero de acuerdo con la inercia de la trayectoria que radio escucha y radio han seguido, como vimos en el desarrollo de este esfuerzo descriptivo, existen avances hacia esta radio comunicación dentro de los programas de entretenimiento musical consideramos que el más cercano es *Hoy con Mariano* debido a que esta propuesta amalgama en su programación los elementos que el radioescucha consiguió a lo largo de estos últimos 60 años, entretenimiento musical, que su voz suene y un espacio de emergencia y denuncia, con secciones como son, *Ecos de Colorin Colorado*, *La Caza del Tiburón*, *Mariano en tu vida*, *Lectura del Libro*, *Sección de Primeros Auxilios*, *Sección de Noticias*, las cuales se describen en el capítulo dos, de esta tesina.

---

<sup>56</sup> Blancas Garduño /Ibarra Mata “La intercomunicación vía telefónica. Locutor- radio escucha” pp61

Así mismo es necesario señalar que el locutor, Mariano Osorio, ha conseguido ese papel relevante en el que su personalidad y estilo consiguen gran cercanía con los radioescuchas acoplando su gestión al aire al trabajo del buen locutor “quien debe ser capaz de comunicar y transmitir su energía, lograr intimidad con la audiencia”<sup>57</sup> lo cual manifestó en la entrevista que otorgó para este trabajo. “Si procuro tener alguna influencia, si procuro trascender en mi trabajo inyectando cosas, que desde mi punto de vista puedan ayudar a la gente a tomar otra visión de la vida. Me considero un profesional de la comunicación en toda la extensión de la palabra”<sup>58</sup>.

En el ámbito de los negocios, en el aspecto musical, las canciones que se presentan corresponden al género pop, éste como es bien sabido es el concepto más comercial, la mercancía musical de mejor desplazamiento, obviamente conveniente para el radiodifusor, por otro lado en relación al rating y obviamente los anunciantes, *Hoy con Mariano* es el programa de entretenimiento musical más importante del Grupo Radio Centro “el programa ha obtenido un peso específico en la estación que lo hace estar como, a veces hay quien dice que esta estación está partida en dos, son dos estaciones en una, ¡ su programa es el de mayor facturación en todo el grupo y por lo tanto de toda la radio que hay en México!”<sup>59</sup>

Finalmente de las tres propuestas radiofónicas expuestas aquí, *Hoy con Mariano* es para nosotros el programa que tiene todo el potencial para señalar la ruta a seguir por lo creativos de la radio de entretenimiento musical para dar el siguiente paso en búsqueda del éxito y la continuidad dentro de la radio nacional.

---

<sup>57</sup> Blancas Garduño /Ibarra Mata “La intercomunicación vía telefónica. Locutor- radio escucha” pp49

<sup>58</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

<sup>59</sup> Extracto de la entrevista con el conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7, Mariano Osorio.

## CONCLUSIONES

En este trabajo descriptivo apreciamos como la radio, en su interminable lucha por sostenerse vigente, nunca quitó los ojos de los cambios y las consecuentes demandas de la sociedad en la que vive y se mueve su principal recurso: el radioescucha.

Esta radio ideal aún se ve lejana, sin embargo hay propuestas radiofónicas que ya tomaron ese camino debido a que todo parece indicar que la clave del éxito rescinde en complacer las necesidades del auditorio, obviamente mientras más madura sea la sociedad de estos radioescuchas, más comprometida con informar y con proporcionar un verdadero espacio de comunicación, en donde más que informada, la sociedad tenga una conciencia común de todo lo que ocurre en su entorno, será más sabedora de las causas y consecuencia de los acontecimientos a su alrededor, en qué forma le impactan en todo momento y no sólo ante situaciones que se consideran de emergencia.

Por ahora asistimos a una enorme transformación de 50 años en la que el radioescucha ganó un espacio en el cuadrante, su voz sonó y la música la puso él, de entre un grupo de canciones seleccionadas acorde con las conveniencias de los productores de música y las propias estaciones, pero finalmente fue el auditorio el que decidió que se iba y que se quedaba de esas elecciones.

Después fue nuevamente el público quien requirió algo más que música, necesitó un espacio de encuentro, de denuncia y emergencia cuando la catástrofe así se lo exigió, nuevamente la radio debió responder ante esta exigencia y lo hizo.

Pero entonces, el auditorio ya no quiso más esta radio surgida a raíz de una catástrofe natural y que daba cuenta de una emergencia extrema, ahora esta

forma de hacer la radio debía ser permanente y dar cuenta de la situación en los ámbitos social, económico y político en los primeros años de los 90.

Así surgen los shows radiofónicos de entretenimiento musical como son las propuestas descritas aquí, *Hoy con Mariano*, *Panda Show* y *Antisocial*, cada una con su sello particular, pero con los rasgos característicos de esta radio en la cual ya no se permite que la emisión sea sólo de música y para la música, no, hay que presentar otros temas, hablar de lo que ocurre en la sociedad, opinar, pero al mismo tiempo invitar al radioescucha o no tomar tan enserio el problema, claro sin olvidar poner una canción, porque la audiencia jamás renuncia a la música que lo acompaña.

También pudimos ver como el locutor tiene que y debe significar un líder para el radioescucha, ya sea que este liderazgo lo ejerza con su personalidad, por el parecido de sus ideas y su habla con su auditorio, o porque el producto que presenta sólo se encuentra ahí, para que de esta manera el oyente apropie el programa y lo sienta suyo, lo haga parte de sus entorno y al escucharlo se sienta seguro, así el concepto será exitoso.

Ya es más de una década la que estas propuestas han estado al aire, aún siguen vigentes, en el caso de *Hoy con Mariano* y *Panda Show* se sostienen al aire con buen número de seguidores, en el caso de *Antisocial*, toda la barra de Reactor 105.7 obedece a este concepto, debido a que el director de programación no es otro que el locutor de este concepto, Raúl David “el rulo”, fueron 30 años los que la radio tuvo que esperar para que la sociedad le exigiera a la radio de entretenimiento musical algo más que tocar discos, es difícil saber cuando la sociedad le requerirá a esta radio dar el pasó siguiente hacia una radio que más allá de informar realmente comunique, y así genere un auditorio crítico.

Ahora bien esto deja una pregunta ¿la radio crea radioescuchas con amplio criterio o radioescuchas con amplio criterio exigen una radio que se comprometa a ir más allá de informar a comunicar?

De las propuestas que tocamos en este trabajo descriptivo, *Hoy con Mariano*, es la propuesta más cercana a cumplir con las necesidades de los intereses que rodean a la radio de entretenimiento musical, empezaremos con los dueños, este concepto tiene la mayor facturación nacional, en tanto que el auditorio tiene su espacio de emergencia, denuncia, noticias, opinión, cultura y claro la música que lo acompaña, por lo que también resulta conveniente para el negocio que significa la música en la radio.

¿Hacia dónde irá la radio de entretenimiento musical? es difícil saberlo, sin embargo si continúa con la inercia de la trayectoria que hasta aquí tiene, el programa que debemos seguir con atención es sin duda, de acuerdo con lo expuesto en el capítulo IV, *Hoy con Mariano*, pues es la propuesta de radio musical de entretenimiento que hasta el momento aglutina en forma eficiente tanto las conquistas del público con los intereses comerciales de los dueños de la radio, esto hasta el momento ha sido la mezcla poderosa que ha mantenido la emisión durante más de 14 años, con siete horas al aire los 365 días del año.

Finalmente este trabajo descriptivo nos ha permitido tener un acercamiento a los elementos que pueden hacer de una propuesta radiofónica de entretenimiento un producto rentable y duradero, de acuerdo con la visión que los creativos de *Hoy con Mariano*, *El Panda Show* y *Antisocial* tuvieron de su entorno político, económico, social y radiofónico que a la postre convirtieron en tres programas de radio con ya casi dos décadas de presencia en el cuadrante.

## **Fuentes**

### **Entrevistas realizadas y fuentes auditivas.**

Entrevista con el conductor de Antisocial de Reactor 105.7, Raúl David “el Rulo”.  
05/07/2006

Entrevista con Modesto Santos, Asistente de la Dirección Artística del Panda  
Show de Radio 1 104.1 FM, 13/07/2006

Entrevista a Mariano Osorio, creador y locutor de Hoy con Mariano de Stereo Joya  
93.7 FM, 11/08/2005

Programa Hoy con Mariano, emisiones del 08/08/2005 al 14/08/2005 por Stereo  
Joya 93.7 FM

Programa El Panda Show, emisiones del 10/07/2006 al 14/07/2006 por Radio 1  
104.1 FM

Programa Antisocial, emisiones del 03/07/2006 al 07/07/2006 por Reactor 105.7

Panda Show de Radio 1 104.1 FM, “Broma al novio virtual” emisión 18/01/09

### **Fuentes hemerográficas.**

Nota periódico La Jornada, Espectáculos, lunes 06 diciembre del 2004, pág 9,  
Proveer productos éticos y culturalmente solventes, obligación moral del IMER.



### **Sitios y páginas de internet.**

<http://www.revistaopen.com.mx/articulos.php?id>

<http://www.jornada.unam.mx/2004/04/26/09an1esp.php?printver=1&fly=2>

<http://www.radioformulanetwork.com.mx/press/02.asp>

<http://www.ezln.org/ezln/cronologia.htm>

<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/historiarad.htm>

### **Bibliografía.**

Norberg Eric. G. "Programación radiofónica Estrategias y tácticas". Ed. Instituto Oficial de radio y televisión Madrid 1998 pp.204.

Ritzer George, Teoría Sociológica Contemporanea, Ed. Universidad de Maryland. 1993 pp

Prieto Castillo Daniel, La Fiesta del Lenguaje, Ed Coyoacán México 1994 pp 229.

Barthes Roland, Elementos de Semiología, Madrid, Ed. Alberto Corazón, 1971.

Schulberg Bob, Publicidad Radiofónica, Ed. Mc Graw- Hill- México 1993, pp 297.

Mier Raymundo, Radiofonías, Hacia una semiótica itinerante, Ed, ISBN México 1990, pp121.

Figuroa Romero, Qué Onda con la Radio. Ed. Longman de México, México, 1996, pp 496.

Garza Ramiro, La Radio presente y Futuro, Ed. ADAMEX México, 1998, pp. 239.

Gross S. Lynne, Manual de Producción radiofónica, Ed. Pearson Educación, 1997. pp. 283.

Ebersole E. Samuel, Manual del Operador Profesional de Radio y Televisión, Ed. D.O.R.S.L. Madrid, 1992. pp. 375

Romo Gill María Criatina, Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio, Ed. Diana, México, 1990, pp. 119.

Hernández Leandro Nestor "Rock 101: Idea Musical" Tesina, FES Acatlán, 2008 p.p. 111.

Alma Rosa Alva de la Selva, Radio e Ideología.  
Ed. El Caballito, México 1990.

Secretaría de Radiodifusión, Memoria.  
Ed. Secretaría de Comunicaciones y Transportes,  
México, 1990, pp. 515.

Blancas Garduño /Ibarra Mata "La intercomunicación vía telefónica. Locutor- radio escucha" Tesis Colectiva, FES Acatlan, 2001 pp 487.

José Carlos Lozano Rendón "Teoría e investigación de masas" E.d. Alambra Mexicana, México1996 pp. 233

Albert Pierre, Historia de la Radio y la Televisión.  
Ed. Fondo de Cultura Económica, México. 1991. pp. 176.

Mouloud Noel, Lenguaje y Escritura.  
Ed. Tecnos, Madrid 1974, pp. 263.

Haye M. Ricardo, Hacia una nueva radio.  
Ed. Paidos. México 1995, pp. 218.

Huertos Bailen A. Paéz J.J. Redacción y Locución en Medios Audiovisuales, La Radio.  
Ed. Bosh. Barcelona 1999.

García Camargo Jimmy, La Radio por dentro y por fuera.  
Ed. Intiyan 1990. México. pp. 426.

Arheim alsHörkunst Rundfunk, Estetica Radiofónica.  
Ed. Gustavo Gili S.A. Barcelona 1991. pp. 171

Curiel Fernando. La escritura radiofónica.  
Ed. ISBN. México 1990. pp. 105

Vilar Josefina, El sonido de la Radio.  
Ed. Plaza y Valdés, México 1990. pp. 202

Corel Rebeil María Antonieta. Perfiles del Cuadrante.  
Ed. Trillas. México 1990. pp. 311.

Romo Cristina. La otra Radio.  
Ed. ISBN. México 1991, pp. 196.

Villar Esquivel Alberto, Plata Sosa Gabriel, Las Mil y Una Radios.  
Ed. Mc Graw- Hill, México 1997. pp.329.

**ANEXO**

## **Entrevista con Mariano Osorio, conductor de Hoy con Mariano de Stereo Joya 93.7 FM, 11/08/2005**

Mariano, dime ¿Cuándo, cómo y en qué contexto nace el concepto radiofónico Hoy con Mariano?

**Nace de un programa previo, de un programa anterior, nace como una respuesta inmediata que se llamó Mariano en las mañanas, que se transmitía aquí mismo en Stereo Joya, cuatro horas de lunes a viernes.**

**Cuatro horas diarias de lunes a viernes y yo siempre he creído y he pensado que aún sin tener la plena certidumbre de que este programa crecería a siete horas, los siete días de la semana y que sería así como es, ese fue el laboratorio y así fue en realidad el laboratorio del programa.**

**Previo a eso trabajé en radio cultural, en radio noticiosa, he hecho muchas otras cosas, así es que al final es el resultado de la combinación de todos esos factores.**

¿Qué rodeaba a ese piloto, o sea, qué tipo de programas lo rodeaban?, en este caso cuando se creó este programa, Hoy con Mariano, se pensó llenar algún vacío en la radio, ¿sintieron que faltaba algo dentro de este contexto?, o sea, la pregunta sería, ¿Cuál era el contexto que lo rodeaba en relación a otros tipos de programas y qué vacío se pretendió llenar o se llenó?

**Regresaría al escenario de Mariano en las Mañanas, 1994, cuando arrancan esas transmisiones en Stereo Joya, seis a diez de la mañana, alzamiento zapatista, 1 de enero del 2004, del 94, que es cuando arrancó Mariano en las Mañanas, no se si confundí la fecha y te dije 2004, no, es 1994... alzamiento zapatista... sí, y en ese año el inicio del programa, como un factor, mucha incertidumbre, nadie conocía los alcances de esa supuesta guerrilla, mucha desinformación de parte del gobierno, inquietud social, política y económica.**

**En ese mismo año asesinan al candidato presidencial del PRI, en Lomas Taurinas, Tijuana; en ese mismo año viene el asesinato de Francisco Ruíz Massieu, o sea, en ese mismo lapso; en diciembre del 94 ocurre lo que hoy popularmente se conoce como el error de diciembre, que desata una crisis económica tremenda de consecuencias devastadoras en el año 95 para millones de personas en México, elecciones presidenciales en curso, campañas políticas, ruido.**

**Te estoy hablando de un contexto social, político y económico inusual, inusual aún en elecciones presidenciales, ¿no?**

**Te decía que yo venía de hacer noticias formalmente, noticiarios tal cual los conoces hoy, de hacer radio cultural y lo que noté, en su momento y hoy, es una muy buena dosis de esa carga emotiva tan negativa, la sigo percibiendo en el cuadrante, y yo lo quise hacer fue buscar un punto de equilibrio en donde se le dijera, desde mi punto de vista, las cosas a la gente que tenía que saber, las cosas que tenían que saber, pero sin quedarnos atorados en ese contexto y en ese animo negativo, pesimista, deprimente, crítico, sin propuesta de ruido político, ¿no?, e,t,c, e,t,c.**

**Entonces incorporé algunos elementos, a una estación a donde se transmitía solamente música llegaba un conductor con una propuesta hablada y busqué equilibrio, eso fue simple y sencillamente lo que hice.**

¿Qué elemento del programa consideras que lo hace diferente al resto de los programas musicales?

**Pues de entrada que no es cien por ciento musical y en segunda que es un programa que propone, que lleva diez años proponiendo, proponiendo y proponiendo cosas, ¿qué?, las reflexiones en radio, por ejemplo, que después dan paso a una explosión de portales de internet, te estoy hablando de hace diez, once años, y no, no estoy diciendo, el programa inventa la reflexiones como tal, pero se incorporan, se rescatan por que yo quería ese punto de equilibrio, buscaba decirle a la gente otras cosas, combinado con la música, con cuentos para los niños, con leerle libros a la gente, es el único espacio en la radio que hace eso, como el único espacio en la radio que tiene un espacio de primeros auxilios desde hace diez años, que salva y ha salvado muchas vidas, diciéndole a la gente como actuar en casos particulares, y bueno pues te podría dar una enorme lista de cosas,¿no?**

**Creo que por un lado lo hace diferente su contenido, por otro lado lo hace diferente su propuesta global, música, con promociones con este tipo de contenido, el sello particular de el conductor, creo que tiene mucho que ver, que hay una enorme congruencia, a la gente no se le engaña, ellos sedan inmediatamente cuenta, y su propuesta noticiosa que es sui géneris, muchas veces la gente se entera primero en este programa de muchas cosas y no estamos desgarrándonos las vestiduras,¿no?, podemos jugar un poco con las noticias, bromear, entrevistar a los personajes del momento, tener entrevistas coyunturales, todo cabe en un programa de siete horas, y la gran clave, desde mi punto de vista es saber equilibrar esos elementos.**

¿En qué radica ese equilibrio?

**Pues en dividir muy bien tus tiempos que porcentaje del tiempo lo vas a dedicar a lo musical que a lo hablado, cuanto al catálogo, cuanto a lo reciente, en el caso de la música, cuanto a promociones, cuanto a las noticias, cuanto a los segmentos de orientación, que tipo de temas se van a escoger, saber entender lo importante del ritmo de un programa de radio,**

**incorporar algunos factores que a lo mejor en otras estaciones o en otras voces sonarían muy aburridos o demasiado riesgosos, tediosos, cursis, o sea, demasiado muchas cosas, creo que en eso radica; en estar midiendo la temperatura cada minuto, cada instante, te lo voy a decir en otras palabras, radica en que, desde mi punto de vista para poder tener éxito en un programa, más que saber que es lo que tienes que decir o como tienes que decir las cosas, tienes que saber escuchar, saber perfectamente escuchar lo que la gente te está diciendo y a veces te lo dicen con llamadas, a veces con un e mail, a veces con un fax, a veces te lo dicen sin decírtelo, o te dicen otras cosas y tienes que entender su texto, saber escuchar, a eso me refiero.**

Antes de que la gente pida algo, antes de que puedas tener el contacto con la gente, ¿para poder crear tu programa qué tienes que escuchar, de qué tienes que estar pendiente para poder crear la propuesta?

**De haberlo escuchado, de que la propuesta sea sensata, es decir, de que tenga que ver con migo y de que tenga que ver con la gente, que sea congruente con lo que ya hago y de que pueda tener un éxito, de que no haya algo similar al aire, hay algo que nosotros no hemos hecho, que es estar cuidando lo que hacen los demás para tratar de hacer algo por el estilo, ni si quiera imitarlo o copiarlo, ni siquiera algo que se le acerque, eso no lo hacemos nosotros, es más, si nosotros teníamos la intención de hacer algo, y ese algo medio se parece a algo que empieza a sonar en otro lado, yo lo descarto totalmente, es una fórmula que no funciona; tan no funciona que a lo largo de diez años distintas emisora o grupos han, por todos los medios, intentado emular lo que hacemos nosotros, acercarse, copiar, hablar, y no solamente no les ha funcionado, los ha llevado al fracaso, porque una copia nunca va a superar a lo original, entonces me fijo más en otros elementos.**

Pero me refiero a antes, cuando todavía no tienes nada, cuando todavía no estas al aire, cuando todavía no has tenido tu primer programa al aire, estas sentado frente a tu hoja en blanco y pensando qué, ¿qué quiero hacer?, ¿qué fórmula quiero proponer para la radio?

**Tienes que conocer el medio, tienes que conocer lo que hay, ¿cómo vas a meterte a pelear a un terreno en donde no sabes ni quien está ahí, ni qué hace, ni de dónde llegó, ni cuál es su historia y cuáles son sus orígenes?, tienes que conocer la radio, tienes que conocer la radio desde su historia, tienes que conocer a los grandes personajes, tienes que saber quines dirigen los grandes grupos de radio y cual es su relevancia en ellos, porque tal grupo está imponiéndose sobre tal grupo, cuáles son las propuestas que están funcionando, cuales fueron llamadas de tepetate, quienes tienen tanto tiempo en la radio, cuales son los ratings, todo, tienes que saberlo todo, ¿qué tipo de comercialización tienen?, tienes que conocer el medio.**

**Yo a veces les pregunto, es que a mi me gustaría trabajar en radio y a mi me encanta escuchar radio, ¿qué escuchas?, yo espero la respuesta, todo, lo escucho todo, a cualquier hora, a todas hora y en donde sea, pregúntame de lo que quieras, y normalmente la respuesta es, pues Alfa, escucho Alfa todo el tiempo, o antes me decían, Radiactivo, o lo que sea, ¿no?, eso no es escuchar radio, eso es escuchar una estación y ser fan de una propuesta y punto.**

Ahora, ¿en qué tu programa se asemeja con otros?

**No lo se...**

¿En que consideras que pueda asemejarse con otros?

**No lo se, pues te podría decir, va a ser un programa difícil de asimilarlo, de asemejarlo con alguno en particular, te diría...**

Con otros del género musical, o sea, en general en qué consideras que se asemeje, o qué otro se asemeje.

**Ninguno, ninguno en particular.**

Hace un momento me comentabas que las propuestas de Hoy Mariano, como noticias se escuchan antes que, inclusive, se escuchen en los noticiarios, los primeros auxilios, si tuvieras que describir la escaleta de tu programa, así, a grandes rasgos solamente la escaleta, ¿cómo la describirías?, ¿cómo es la escaleta de tu programa?, o ¿cambia día con día esta escaleta?

**Procuró que no se a rutinario.**

O ¿tienes ya una fórmula?, o sea, dentro de que evitas la rutina, ¿tienes ya alguna fórmula de esa escaleta?

**Si, por supuesto que existe, por supuesto que hay una planeación y una programación, y por supuesto que existen grandes secretos que hemos venido acumulando a la largo de hace diez años.**

Lo más general, yo se que obviamente no...

**No, pues yo te diría, el programa lo divido, de entrada, en dos grandes bloques, seis a diez es mucho más informativo y más dinámico, diez a una estoy más centrado en temas de casa, a partir de eso hay secciones, algunas con colaboradores fijos, otras con invitados y algunas de estas secciones tienen un horario fijo y procuro con otras estar jugando.**

O sea, variar.



**Procuro, procuro porque es un programa muy largo y hay que cuidar mucho, mucho no solamente su ritmo si no que no sea tan predecible.**

Los locutores, en tu opinión, crees que...

**¿Del programa Hoy o de la actualidad?**

... de la actualidad, los locutores, ¿consideras que manejan un estilo de locución, de modulación de voz muy similar?

**Yo creo que hay formatos muy esquematizados, ¿no?, hay formatos, este, muy establecidos, por ejemplo, radio grupera, difícilmente alguien no va a sentir o no se va a dar cuenta de las enormes similitudes que hay entre una propuesta y otra, y otra, y otra, o sea, en el fondo no es que sean iguales, pero si hay un formato.**

Te dejo fuera del asunto porque si tienes un sello muy especial, o sea, no es porque te esté entrevistando, pero si tienes una modulación de voz muy diferente, sin embargo, cuando yo escucho radio, escucho a los de Reactor, simplemente un día estaba escuchando al Rulo y al Sopas y no me di cuenta y le cambie la estación, le puse a un chavo que siempre sale con la muchedumbre, Esquinca y la muchedumbre, y no me di cuenta, no me di cuenta de que ya no estaba escuchando al Rulo, ¿si me explico?

¿No se si me puedo hacer entender a lo que me refiero con la modulación?

**Si, seguramente te brincó la música.**

No, no me di cuenta que ya no estaba escuchando hablar al Rulo y al que estaba escuchando era al otro, a este personaje, y me refiero a esto de la modulación y ¿cuál es tu opinión al respecto de eso?

**Atienden a una serie de necesidades comerciales, así de simple y de sencillo, son esquemas de radio y no me enfocaría simplemente a las voces, a la modulación de voz, si no en general a los conceptos, el que está hablando de radio de inicio sabe que no es casual, ni producto de un capricho de nadie, que por ejemplo, si Radio Centro tiene diez estaciones, exista una Joya, una Alfa, una 97, una Universal, un Fonógrafo, una Z, una Formato 21, pues cada una de esas estaciones está atendiendo a un segmento distinto de mercado, una a mujeres, otra va a jóvenes, otros van a chavos de otras edades y con otro poder adquisitivo, otra gente mayor, así es, igual en otras estaciones, o sea obedecen a intereses comerciales, finalmente tienen que cubrir un perfil esas estaciones, claro se cierran a que si eso es lo correcto o no es lo correcto creo que ya es otra cosa, al final del día es algo que funciona.**

¿Entonces podemos decir que el locutor adopta la personalidad del público al que se dirige?

**Claro, pon a un viejito del Fonógrafo a hacer un programa del 97. 7, en las mañanas, y que les ponga de repente un danzón, vas a ver como, mira, la estación se vienes a clavar en ese horario, tienes que tener gente que tenga que ver con la gente a la que está hablando, o mete a un chavo que no sepa hablar ingles, que en su vida haya pisado Estados Unidos, que no tenga un cierto poder adquisitivo de origen a conducir algo y vas a ver perfectamente como ese horario se va a clavar, porque no tiene nada que ver uno con los otros, las estaciones están perfiladas, su gente y sus contenidos y su publicidad están perfiladas a un tipo de audiencia en particular, no quiere decir que no puedas abarcar otros segmentos, no, estamos hablando de un target primario, así es como funciona este negocio.**

**Tu te vas a parar con un anunciante y le vas a decir, te conviene anunciarte con migo en esta estación y en ésta, y en ésta otra porque estos son mis rangos de audiencia y tu producto tiene que ver con nosotros.**

¿Te consideras un líder de opinión?

**Nunca pienso en eso realmente, y es la respuesta más autentica, no, de origen la respuesta es no, originalmente no es algo en lo que de ninguna manera me levante pensando ni termine mis días diciendo yo, yo y tengo que conocer la respuesta.**

**Tengo, naturalmente, una ética profesional con la que, en lo individual, cumpla, para mí como un profesional de la radio, cumpla también las políticas éticas que existen en esta compañía y esas son la reglas con las que yo juego, más allá de eso si, si procuro tener alguna influencia, si procuro trascender en mi trabajo inyectando cosas, que desde mi punto de vista, puedan ayudar a la gente a tomar otra visión de la vida, esa es una cosa, si la gente me la compra esa es otra, porque nadie le pone una pistola a otra para que oiga tal estación, es tan fácil como picar un botón, se fue y no volvió.**

**Me considero más bien un profesional de la radio y de la comunicación, en toda la extensión de la palabra.**

Por qué, nueva mente sería reiterativo, más o menos me diste el caminito en relación al marketing y al negocio que significa la radio, pero en este caso, eres el super héroe favorito de las mujeres de 25 años en adelante, ¿por qué es importante adoptar esa personalidad, esa personalidad de acuerdo al público al que te diriges?, y ¿la adoptas o es parte de ti?

**¿En mi caso personal?**

Si, en tu caso personal.

**En mi caso particular no tiene nada que ver con transformarme en algo o en alguien que no soy, porque hay una cosa que tengo clarísima, un programa de siete horas diarias, los siete días de la semana, los 365 días del año por seis años que llevamos ya ahorita al aire con ese horario extenuante, más, y no estoy contando, ¡eh!, los otros cuatro o cinco años de programa que me he hecho aquí, yo creo que ni el mejor actor de México o del mundo puede estar soportando lo que no es, ni convirtiéndose en lo que no es, ni trasladando nada.**

**Mi caso particular, yo te diré, la gran fortuna que tengo es que no solamente tengo una vida muy feliz, que me hace sentir muy feliz y muy completo, tengo un trabajo que me complementa muy felizmente y tengo una familia que me hace hermosamente feliz, que me deja ser exactamente el que soy, llegar aquí, proponer cosas, decir, cometer errores, disculparme, no tengo ningún problema con eso; yo creo que este es el rol que a mi me toco jugar y que me hace muy feliz jugarlo, y en su coche va un contador oyéndome y una secretaria, y va el señor del taxi, y va el abogado, ellos juegan otro rol, a mi me toco estar aquí y a ellos les tocó estar ahí, no hay una gran diferencia.**

**Creo que en donde si hay diferencia es en el comportamiento, bueno, que no solamente yo sino la gente que trabaja conmigo, porque es una política del programa, manifestamos, ¿no?, aquí nadie es más que nadie y sin embargo en el resto de los, en el resto de las estaciones del cuadrante muchas veces podríamos llegar a notar que hay gente que se siente cortada a mano, ¿no?, hecha a mano, los hicieron y se rompió el molde y se superponen en un micrófono, como si el micrófono fuera un pedestal que los mantuviera en otro nivel de la vida, aquí no pasa eso, ni pasa ni debe pasar, ni va a pasar, ni debería ser.**

¿Pero esto será parte del personaje que hay que crear para poder acercarse a la audiencia?

**Yo creo que hay límites, ¡hay límites!, aquí ya estamos hablando del estilo personal, mío...**

Si, por eso la pregunta de entrada fue, o eres tú, no significa que lo crees y no seas tú pero a lo mejor es algo que tienes que actuar durante siete horas.

**Habrà formatos, no es el caso de Joya, pero habrá formatos, y digo no es el caso de Joya porque me queda claro y es más que evidente porque el programa a obtenido un peso específico en la estación, que lo hace estar como, a veces hay quien dice que esta estación está partida en dos, son dos estaciones en una, en fin, pero ese no es el tema...**

Obviamente la intención es a final de cuentas acercarse a las audiencias, estar cerca de la gente y obviamente eso es beneficio, beneficio y crecimiento para el programa, no se trata de decir, bueno desde mi pregunta, no estoy diciendo que esté bien, esté mal, no lo estoy cuestionando, simplemente lo pregunto, ¿es necesario..., tal vez dicho de otra manera, ...es necesario en ocasiones revestir una personalidad con un toque que le guste a la audiencia, a la audiencia a la que te diriges, en este caso señoras, amas de casa, para poder acercarte a ellas tienes que crear ese personaje o eres tú y simplemente le añades otros toques, ¿cuáles son?

**...soy yo jugando con la poca o mucha versatilidad que puedo tener, o sea, si hago un concurso o doy una reflexión, o leo un libro de terror soy yo, yo me adapto a las cosas que estoy haciendo, no te puedo vender una promoción de "x" cliente de una manera y de esa misma manera leerle un cuento a los niños, pero eso ya es otra cosa dentro de una misma personalidad.**

**Ahora, te repito, hay formatos que tal vez requieran algunas reglamentaciones, algunos límites, algunas cosas pero en ese mismo caso yo creo que debe haber un sello particular de cada quien, tal vez yo estoy mal, porque yo oigo a muchos clonados, así le funciona al medio, así le funciona a los clientes, así le funciona a cierto tipo de público, entonces a lo mejor estoy mal, pero yo trabajaría en eso, yo propondría eso, analizaría más ese tipo de formatos.**

Como antes en que cada quien tenía su propia personalidad y no había, como dices, clonados, y me refiero como antes a los sesentas, los setentas.

**Si, lo que pasa es que el mercado se ha segmentado mucho más, ¿no?, son estrategias nuevas que se usan para penetrar más a la audiencia, tener más raiting, tener más ventas, pero yo lo haría de otra forma, yo lo hago de otra forma conmigo, funciona, está bien.**

Una última pregunta, ¿el medio de comunicación, la radio, y sus programas comerciales necesita locutores que sean líderes de opinión o líderes de opinión que sean locutores?

**Yo creo que necesita gente comprometida consigo misma, con su amor por el medio en particular, sea cual sea y que deben tener algo en el coco, aquí yo hablo de eso como burdas y muy, muy, muy cotidianas palabras, que les llegue el agua al tinaco, o sea, que tengan algo que decir, para mi es más importante el qué tengan que decir que el cómo se digan las cosas, porque al final de cuentas le das el texto a alguien y se acabo, lo pones a leer.**

Y una persona que tiene algo que decir y que obviamente al tener algo que decir por que conoce su contexto y conoce a las personas a las que les va a hablar, ¿no es un líder de opinión?

**No se, yo te dije al principio que yo no me rozo con esos términos, ni pienso en eso, ni es algo necesariamente que sea fundamental para mí, pero si hay que cuadrarlo en esa palabra o en ese concepto, este, no necesariamente tendría que serlo, podría llegar a convertirse. Hablamos de gente que tenga, y que esté preparada, que sepa de qué se trata, que conozca, que investigue, que sea inteligente, que sepa platicar y que además lo sabe decir bien, que además sabe cautivar, que mejor, si tiene personalidad radiofónica, increíble, pero hoy parecería que lo menos importante es, en ciertos segmentos de radio, es qué es lo que van a decir, mientras estén en el relajo, mientras estén echando, que tengan ritmo y que sean cotorros, está bien, vamos a ver cuanto dura eso.**

**O sea, nosotros estamos hablando de diez años al aire ya, primer lugar de audiencia, eso creo que tiene un valor, sin embargo el valor, valor creo que son los próximos diez, es en lo que estamos pensando ahorita.**

Y si hacemos ese esfuerzo, bueno, si haces ese esfuerzo ¿podrías decir que en esos diez años un locutor, Mariano Osorio, está próximo o se pudo haber convertido en algún momento en un líder de opinión?, pidiéndote de favor que te esfuerces y lo cuadres en ese concepto.

No llegaste siendo líder de opinión, ¿pero en diez años?

**Yo tengo veinte años haciendo radio, el próximo año cumpla veinte años de hacer radio, yo no nací en radio centro, yo nací en una pequeña estación del estado de Hidalgo, estuve haciendo radio cultural, trabajé con Carlos Monsivais, con Juan José Arreola, con Andrés Inestroza, con Miguel González Avelar, con el maestro González Casanova, con Jaime Casillas y creo que si tuvo un gran impacto y una, con Manuel de la Cera y ¡no, pues eran cincuenta grandes personalidades de la, José de la Ran y otros destacados personajes del mundo del mundo intelectual mexicano, y creo que eso tuvo un impacto importante en mi vida y después me metí al área de noticias.**

**Estuve dirigido en el área de noticias por gente muy valiosa como Carlos Marín, por ejemplo, actual Director General de Milenio, entonces trabajaba en el proceso; al paso del tiempo seguí trabajando en proyectos comerciales y he estado tomando aprendizaje de toda la gente que conozco, de todos los medios que he pisado, de toda la radio que he hecho y de toda la radio que no he hecho también como hubiera querido hacer, porque todo eso es un riesgo latente.**

**Se que tengo una muy importante influencia en la vida de mucha gente y en muchas de las decisiones que esa gente toma, eso si lo tengo claro, tengo claro también que no he comprado, ni he garantizado nada, que un programa se termina a la una y ahí se acabó la historia y al día siguiente, al cuarto para**

las seis, hay que empezar a hacer la labor necesaria para que esa gente no se vaya, se que de ahí y si es posible traiga más, partiendo de cero.

Aspiro a que vamos a alcanzar niveles mucho más importantes, estamos ahora trabajando en un esquema de expansión en estaciones de otras ciudades de México, estamos ahorita en 26 ciudades y seguimos creciendo, yo espero para noviembre sumar otras estaciones más, y siempre estoy pensando en más, en más, en más.

Así es que te diría, estoy conciente de todo eso, si alguien podrá decir, por supuesto que Mariano es un líder de opinión, por supuesto que lo es, por la audiencia que tiene su programa, por supuesto que lo es, por el impacto que él tiene en la vida de la gente que lo escucha, y estamos hablando de un millón y medio de personas en promedio por día.

¡Por supuesto!, ¿Quién lo va a negar?, ¡su programa es el de mayor facturación de todo el grupo y por lo tanto de toda la radio que hay en México!, ¿qué más da?, lo soy o no lo soy, tengo una cosa clara, este es el comienzo, estoy apenas comenzando, tengo 35 años, no, no me cuezo al primer hervor, pero creo que tengo el tiempo suficiente de poder hacer muchas más cosas y estoy trabajando en ello.

## **Entrevista con el Rulo, conductor del Programa Antisocial de Reactor 105.7 FM, 05/07/2006**

¿Cuándo, cómo y en qué contexto nace el concepto “Antisocial”?

**Cuándo, o sea la fecha no la se, pues cuando, cuando se plantea la posibilidad de hacer un proyecto radiofónico aquí en el IMER, pues este, mis jefes deciden qué, asignarme el horario de la mañana y pues bueno así se, y yo lo que propongo es un programa, un musical, básicamente con la música como esqueleto y donde se traten temas cotidianos y donde haya muchos invitados, principalmente músicos pero estamos abiertos a otro tipo de expresiones artísticas y sociales ¿no?, y pues invitamos gente a hablar.**

**Básicamente son los tres puntos fuertes del programa.**

**O sea música, temas cotidianos, donde se destaque la cotidianidad, si y comentarios al respecto de lo que... sucede e involucrar al público en lo que sucede de esos temas cotidianos, y entrevistas con personajes de esa vida cultural; sobre todo musical del país.**

¿Existe algún ambiente político, económico, social que percibas en el momento en el que, en el que nace este concepto?

**Pues ¿en el mundo, en México, en mi casa, en el IMER... en México... pues no lo percibo yo, lo perciben todos, fue dos antes de unas elecciones que están, afectan al programa, no, pero pues ni modo de no percibirlo, cómo, o sea, cuál es tu pregunta... si, si, si, un momento económico, pues obvio nunca ha dejado de haber un momento económico y toda la vida ha habido un momento; o sea...**

El contexto social, económico y político en el que surge antisocial.

**Pues, es que eso tu lo sabes, fue hace dos años, ¿no?, en 2004, en noviembre del 2004, ¿cómo estaba México en ese momento?, digo ¿no?, percibo lo mismo que percibiste tu quizás ¿no?; no es que no entiendo tu pregunta, claro si lo percibo ¿y?, o sea, cuál es la pregunta.**

¿Si tiene algo que ver con el formato del programa, con la propuesta, tuvo algo que ver ese contexto?

**No**

¿Cuándo se creo esta propuesta pretendiste cubrir algún espacio en la radio que consideraras vacío, algún vacío en la radio?

**Pues no, creo que hay muchos espacios vacíos en la radio, pero más que tratar de llenar uno, este, en particular yo creo que si hacía falta un estación de rock y un programa que tratara de esos temas para gente joven ¿no?;**

desde una visión, pues este, no se si el término rock, sea el término adecuado porque es un término muy abstracto ¿no?, pero pues sí, desde un visión rock, o sea es como una forma de ver el mundo, ¿no?, y creo que si hacía falta eso porque si había una oferta de radio juvenil pero que no tenía que ver con, con esta música que no surge en el escritorio de una compañía de discos, ¿no?, entonces creo que sí es eso lo que se trata de llenar.

Bueno, hace un momento me comentaste que es música, son temáticas sociales, culturales e involucrar al público lo que prácticamente es el esqueleto de Antisocial. Hay muchos programas de ese tipo, ¿cuál sería?... **así cuáles...** no musicales, a eso me refiero, musicales... **¿cuáles?...** si obviamente tú ya me señalaste que la diferencia es que no hay alternativas de rock... **no, pero ¿cuáles son muchos programas?...** ¡ah musicales!, pues por ejemplo está Mariano, por ejemplo, es musical, está, no se, un muchachito que más o menos está a tu hora, Toño Esquinca, en donde platican algo ponen una canción, platican algo ponen una canción.

Sin embargo, ahorita ya más o menos me estabas comentando cual es esa justamente la diferencia, porque mi pregunta es ¿cuál es la diferencia?

**Pues debe haber muchas, ¿no?, si claro, yo nunca he oído esos programas porque estoy trabajando, exactamente, debe haber muchas entre Mariano y Toño, ¿qué?, no se quien sea, ¿en que estación es?...** no recuerdo pero esta cerquita del cuadrante, pero bueno ya estabas abordando justamente ese tema, te, afortunadamente te adelantaste a mi pregunta porque ya me estabas dando el dato, o sea la diferencia es que esta es una propuesta de Rock que no hay.

**Pues debe haber muchas, el humor de ser diferente, los temas de los que se habla son diferentes, la forma en la que se tratan los temas supongo que es diferente, no se, y la música si es radicalmente diferente a la que puedan poner Mariano y Toño Esquinca.**

Si, ¿cómo consideras que abordan los temas, qué se abordan los temas en antisocial?

**Yo creo que con un sentido del humor que entra lo sarcástico, tratamos de abordarlos también de una forma muy honesta y muy desnuda, y muy natural, ¿no?, creo que es muy importante lo que hacemos y es una carencia de los medios, todo está como muy maquillado, lo que nos gusta hacer es como muy desnudo y muy, y pues eso, yo creo que eso es lo primero; si tenemos un humor un poco ácido y muchas veces nuestro sarcasmo se mal interpreta pero bueno así somos y supongo que hay mucha gente que le gusta porque nos ha ido muy bien, en fin.**

Bueno ahorita estabas hablando de medios y de maquillaje, del maquillaje en los medios, yo me he percatado de una situación, no se si tu te hayas dado cuenta de esta, de que ahora parece que un locutor crea un estilo o desarrolla un estilo, funciona y de pronto y de repente ya hay un montón de clones de este tipo, por



ejemplo en las estaciones gruperas un día "x" en la vida prendí el radio y escuche a un sujeto de ellos hablando con un acento norteño y mi hijeando a la gente y de repente ya todos los gruperos ya de repente se les barre un acento norteño y mi hijean a la gente.

**Pues pasa en todo ¿no?**

¿Cuál es tu opinión al respecto de eso?

**Eso pasa en todo, o sea cualquier cosa que tenga éxito le siguen una, dos, tres, cuatro iguales, la gente decide si acepta las situaciones o no, finalmente a la gente le gusta consumir cosas con las que están familiarizadas, ¿no?, a mucha gente, entonces me parece normal, ahora, o sea no me sorprende, pasa en todo, si alguien saca una leche con chocolate y es un éxito va a haber 20 leches con chocolate, si pega un grupo que toca de tal forma de inmediato la industria voltea a ver y firma otros diez que suenen igual, eso no debería sorprendernos, ¿no?**

No pero genera opiniones, ¿genera una opinión en ti ese aspecto?

**No, o sea yo creo que habla peor del público, habla tan mal del público que lo acepta como del que decide seguir ese camino, o sea que el guey que es un copión está persiguiendo su chuleta cabrón y así el publico que lo acepta es el que está jodido.**

¿O sea que de alguna manera si consideras que no es un buen fenómeno?

**Me da igual, o sea yo como no lo consumo me da igual, si la gente lo quiere consumir bueno pues es su pedo, o sea pues es su problema, o sea yo no puedo ser juez de eso, si alguien quiere hablar como norteño en una gruperia ni oí al original, ni oí la copia, a mí me vale madres, ¿no?, o sea no pues si.**

**Están replicando formulas, eso sucede en todos lados, esta replica de fórmulas pasa en todos lados, el chiste es que tu tengas algo que no sea una fórmula y que sea irreplicable, o sea que lo que tu ofrezcas sea eso, ¿me entiendes?, por más que alguien quiera replicar a Gutiérrez Vivó no va a poder cabrón, cuál es la fórmula para hacer Gutiérrez Vivo, pues ese guey es único cabrón, cuál es la formula para replicar a Carme Aristegui, ¡juta! me gustaría ver a alguien ver intentándolo cabrón, hablar como norteño es una pendejada, pues cualquiera puede hablar como norteño.**

**Esas cosas tan huecas, tan superficiales, pues cualquiera las puede replicar cabrón, que repliquen a Carmen Aristegui, que repliquen a Gutiérrez Vivó, que repliquen incluso a Mariano cabrón, o sea no es tan fácil hacer otro Mariano porque si no ya lo hubieran hecho, ¿me entiendes?**

**Entonces cuando tu producto es así, chiquito y fácil de seguir en algo, es por que lleva esta respuesta.**

¿Cuál consideras que es la fórmula del éxito de antisocial?

**Yo creo que el nivel de honestidad con el que nos comunicamos con nuestro público, hay gente que si está en sintonía con nuestro sentido del humor y les gusta la música que ponemos, ¿no?**

¿Tiene algún formato establecido el programa?

**No**

¿Algún, no se un orden, por ejemplo de tal a tal hora vamos a platicar... **a veces, en realidad no...**

**... o sea a veces vemos que hay sobre la meza y sobre la marcha vamos decidiendo que temas se van metiendo, pero un guión no hay.**

¿Pero una fórmula?

**No, bueno sabemos que invitados van a venir y sabemos como a que hora van a venir...si por que tienes un invitado a las diez, ¿no?... generalmente es a las diez... generalmente es a las diez tu invitado, o sea que prácticamente ese es el parte aguas del programa, ¿antes del invitado y después del invitado?... pues si, pero yo no lo veo así, pero si tu lo percibes así, pues puede ser.**

¿Es importante adoptar la personalidad del público al que te diriges?

**No, pues yo nunca lo haría, no se.**

En este caso, no se es rock, es rock de lo que trata antisocial, ¿consideras que adoptas la postura o los intereses de la gente a la que te diriges?

**No**

No, no consideras hacerlo.

**No**

¿Consideras ser un líder de opinión?

**¿Qué es un líder de opinión?**

Pues ¿qué es un líder de opinión?, es una persona que su opinión tiene un peso específico en el lugar donde se desenvuelve, una persona que su opinión puede hacer que muchos criterios cambien.

Yo no se si, yo entiendo, como, o sea como somos una estación muy influyente en el sentido que, y también otra que trabaje antes en radiactivo, siento que muchos otros medios y la gente que trabaja en otros medios la escuchaba mucho, ¿me explico?, yo no se si mi discurso sea muy influyente a las otras personas, el discurso musical de la estación es muy influyente, impresionante.

Dentro de la industria de la música la está cambiando de algún modo o a un aspecto, tu ahorita vas a Mixup y está Zoe en primer lugar y está por ahí Alison y División, ¿no?, del top cinco.

Pues bueno es notorio que Reactor es una de las piezas importantes que están cambiando la fórmula en la que se consume música en éste país, ¿no?, junto con MTV, junto con los mismos grupos, sus conciertos, el My Spice, no se, hay diferentes factores. Ahí si creo que es muy influyente y creo que si somos un líder de opinión, en cuanto a música, en cuanto a rock. Nuestro discurso no se, o sea no hay forma de medirlo, yo como puedo saber que piensa todo mundo que oye el programa, o sea las cien mil personas que están oyendo todo el tiempo el programa, que piensan, yo no tengo forma de saberlo, si piensan como yo, si influye o no, no puedo saberlo, ¿no?, o sea no, no puedo saberlo.

Ahora yo veo cosas que hacemos en otros medios, eso si, y se que somos muy influyentes para otros medios de comunicación.

Y se que cuando hacemos una protesta, ponemos reveses 24 horas va a primera plana del Reforma, ¿me entiendes?, porque hay un guey en Reforma y otro en Reactor cabrón, así de fácil, más no te puedo decir.

Entonces a partir de esto que me comentas ¿eres un líder de opinión?, ¿Rulo es un líder de opinión?

**No se, es que no se, del medio si, del medio que queramos si, yo no se.**

¿O sea del medio, del medio musical?

**Del medio musical si, estrictamente musical si.**

¿Si eres un líder de opinión?

**Del medio musical.**

¿De la gente a la que te diriges?

**No, no tengo idea, ya te explique, no tengo idea.**

¿Entonces para poder llegar a la gente a la que te estas dirigiendo consideras no necesitar adoptar ciertos rasgos de su personalidad e intereses?

**No porque yo cuando empecé a hacer radio, hace 12 años, pues era uno del público, era un guey de 21 años que hacia radio como la que me gustaría oír, así de fácil, no tengo que transformarme en nada, o sea uno es quien es y ya, ¿no?**

## **Entrevista con Modesto Santos López, Asistente de la Dirección Artística del Panda Show de Radio 1 104.1 FM, 13/07/2006**

¿Cuándo, cómo y en qué contexto nace el concepto radiofónico Panda Show?

**El Panda Show nace en la primera, en el primer lustro de los 90, en el 94 donde la gente quería entretenerse, ¿no?, porque, bueno, había y hay todavía problemas económicos, la violencia se venía haciendo más presente en las grandes ciudades; es una época muy importante porque el público empieza no nada más a querer música, también quería conocer los, lo, vamos, lo que pensaba un conductor, lo que pensaba el que estaba del otro lado del micrófono.**

**En esta época se abren varios show, podría ser desde la mano Peluda, Mariano Osorio, el Panda Show, entonces es una época importante, además estaba respaldada por un movimiento musical denominado grupero, ¿no?, había una producción constante de música, grupos nuevos, y todo esto fue una base para que se diera el show, ¿no?.**

**Políticamente también es interesante porque empieza la radio con una apertura, a pesar de ser programas de entretenimiento empiezan a tener una participación formando opinión, ¿no?, formando opinión porque ahí a través de este programa de entretenimiento se retoman los personajes que conviven a diario en esta sociedad, como es el policía corrupto, como es el maestro vende calificaciones, como es el doctor que regala incapacidades, entonces el show parte de una realidad social, o sea no es nada gratuito el que se haga una broma, ¿no?, tiene que ver con el contexto social donde habita el capitalino si no, no se enganchaba, ¿no?, entonces todos esos elementos hacen que el programa, de que explote, ¿no?.**

Cuando se creo ¿se pretendió cubrir algún vacío en la radio, se ubicó un vacío y se pretendió cubrir?

**No, yo estaba desde 1995 con Zambrano, definitivamente no, o sea no hubo ni un estudio de mercado, qué hacía falta, no, simplemente fue que se reunieron elementos circunstanciales como los que te describí, ¿no?, y una mañana se pusieron a platicar en la oficina, empezamos este programa; se fue moldeando a través de estar al aire, ¿no?**

**No se hubiera cubrido un vacío, simplemente se vino a satisfacer la necesidad de entretenimiento que había en este momento, talvez ya las otras propuestas se habían desgastado, ¿no?; siempre la radio se ha ocupado del entretenimiento y esta fue una propuesta más que adoptó bien la gente, ¿no?**

El programa del Panda es un programa hablado, musical, platican sobre alguna cosa, hacen alguna broma telefónica o recibe llamadas de gente que a la mejor necesita algún apoyo y, pues, los canaliza en ocasiones, pero a parte de ser un programa musical hablado, ¿El Panda Show en que coincide con otros programas musicales?

**No, yo creo que no es musical, o sea, te digo creo porque, vamos, empezó teniendo, no se, seis u ocho canciones pero actualmente a menos de que por ahí haya algún problema técnico se va con canción, pero es más hablado, ¿no?, o sea 97% es hablado, no hay una transmisión de música, estrenos no los hay, hay música obviamente por fondeos, nada más, pero esto no quiere decir que sea musical, ¿no?, porque, pues obviamente el contenido hablado le fue ganando terreno, ¿no?**

**¿En qué se parece a otros?, pues no le veo en que se parezca, ¿no?; se han creado sus propios conceptos, ¿no?, que la chancla vengadora para apoyar a ciertas personas del auditorio que se encuentran en desigualdad con su contrincante y le piden ayuda a Zambrano, cuenta con migo que es un poco la justificación social a este programa, apoyándolos a conseguir una silla de ruedas, unas muletas, alguna atención médica, los enlaces de pareja, casamientos que se han dado, un lenguaje irreverente, rayando en la línea de lo no permitido, ¿no?, pero no se le parece.**

**En producción, la producción me atrevo a decir que es una de las más completas a nivel nacional, ¿no?, por lo que se escucha, ¿no?, en promoción trabajamos con lo mínimo, no es una radio o un concepto regalón, ¿no?, oye tenemos cada quince minutos la licuadora, no eso ya no. No tenemos capital para invertir en regalos, entonces se adoptaron otras estrategias para obsequiar al radio escucha y para tener fidelidad en su sintonía, pero no se le parece.**

**Lo único es que son programas de entretenimiento, podría ser, vamos, comparando, a ver, Que Buena, Z y Grupo Fórmula 104.1, la Que Buena tiene Los Hijos de la Mañana, que es un programa que tiene sus objetivos, cotorrear a la gente, pero hasta ahí es su entretenimiento que se queda, según al óptica de nosotros se queda cumpliendo nada más, la Z tiene las Serenatas de la Z, es algo muy familiar y también cumple con su idea, el Panda Zambrano es un programa que pretende arrancarte la carcajada basándonos en la idiosincrasia del mexicano, que es atacarte de la risa de las desgracias y de situaciones hasta que ni merecen reírse pero las hacemos así, ¿no?, entonces el único parecido que tienen, que es la denominada radio grupera, ¿no?, que ya ni existe pero es el único común denominador, y que se transmiten en FM, ¿no?**

Hace un momento dentro de lo que me comentabas sobre el programa me hablaste de la chancla vengadora, en este caso ¿cómo podrías describir los

elementos que conforman el programa del Panda Show, existe un formato, una distribución de tiempos o de secciones en el tiempo de duración de programa y siempre son las mismas, cómo podrías describir el formato y los elementos que lo conforman?

**Mira hay elementos de apoyo que están en la estructura como es la Chancla Vengadora, el Cuenta Conmigo, es la Broma, talvez el servicio social para localizar a alguien, esos elementos son como referencia o como auxilio en dado caso que, pues, hay días que no, digamos que no hay bromas al cien por ciento, ¿no?, vamos, que si las hay pero que el equipo de producción dice pues esta no va a pasar nada, ¿no?, es una estructura base, pero de ahí el feeling de Zambrano y por supuesto el ritmo que le va dictando el auditorio es el que hace el programa a final de cuentas, ¿no?, porque la gente quiere oír broma tras broma, ¿no?, la gente no va a oír canciones a menos de que sea una canción que les dice Zambrano que es lo máximo, que es la nuevesita, que es una composición que el se encontró, no se, una excepción, entonces el formato lo va haciendo la gente, ¿no?, por que la gente dice, bueno hazme la broma del tamalero, hazme la broma con el padre aguacate, hazme la broma con el chimino, ya ellos piden su broma y ellos van, de alguna manera es el otro polo del proceso de comunicación, el receptor que dice yo quiero jugar a esto también, y les dice va órale y se hace.**

**Entonces ese formato lo hace el auditorio, obviamente el que lleva el hilo conductor es Zambrano que va diciendo va, vamos con broma, cuando siente que se quedo la broma en un buen porcentaje de atención dice, sabes qué, en este momento meto la promoción en campo, vamos a la unidad móvil con el niño mix, porque ahí ya lo pones a respirar al auditorio, órale vete por los regalos y regresamos con broma, ¿no?, a menos, te digo, que tuviera un problema técnico dice bueno vamos con una canción, que va a ser una canción de catálogo, entonces el formato lo determina el auditorio con la conducción obviamente de Zambrano.**

**Hay una estructura pero también la va moldeando el auditorio, ¿no?**

Y más o menos ¿cuál sería esa estructura?

**La que te platico, está la sección de cuenta conmigo, la sección de la chancla vengadora, la sección de pájaro enamorado y las bromas, ¿no?, son propiamente esas cuatro como base y la promoción en campo, ¿no?, serían cinco secciones que ahí están, que no se van a estar repitiendo día con día, ¿no?, porque la gente lo que pide es broma tras broma y esa estructura está para determinada situación.**

Pasando a otro tema, dentro de la radio existe un fenómeno que quisiera saber si ha percibido, un día un locutor genera un estilo una modulación de voz y talvez hasta palabras que él utiliza dentro de su forma de comunicarse, pero son muy

particulares de ese locutor y de repente escuchamos en diferentes cuadrantes de la radio sujetos que hablan igual, inclusive la misma textura de voz, el mismo timbre y tal vez en ocasiones hasta las mismas palabras, ¿se ha percatado de ese fenómeno?

**Yo creo que son modas, ¿no?, son modas, a veces justificables, a veces no, no se, hubo la generación de Martín Hernández de W FM y todos querían hablar como Martín Hernández, las chavas como Charo Fernández, llegó una época de Arturo Flores de 97.7 ¡La Estación!, y todo el mundo quería hacer eso.**

**Yo creo que es válido cuando comienza la carrera del locutor, debes de tener influencias definitivamente que las debes retomar para agarrarte, ¿no?, pero ya sobre la carrera creo que debes despegar ya con tus propios conceptos y tu propio timbre de voz, ¿no?, cuando la locución pues te da esa libertad, ¿no?, no es lo mismo tener una voz aguda, grave, media, sin embargo ahora lo que está contando más es el conocimiento, ¿no?, la especialización de cada uno de los locutores, si se ha dado, ¿no?, la copia, cuando persiste la copia es que no hay creatividad, pienso, ¿no?, entonces por eso, ¿no?, ocurre, ¿no?, que se trasminan ciertos estilos a otras emisoras, ¿no?, o a veces también lo determina el director musical, ¿no?, a veces hay directores musicales que deben de, que todos sus locutores deben tener más o menos el mismo timbre, ¿no?, y son modas, son a veces direcciones.**

Sin embargo ¿cuál es su sentir al respecto de ese fenómeno en relación a la radio, beneficia, estanca o simplemente es algo que tiene que suceder y ya?

**Pues mira, dicen que a la radio no llega gente a aprender que a la radio debe llegar gente con experiencia, ¿no?, pero si no se abren las puertas a gente que va a iniciar su carrera, pues imagínate cuándo esto va a cambiar; ahora te digo, es válida que tenga cierta influencia de... pero no conservarla todo el tiempo, ¿no?**

**Y como te explico, desde el aspecto de los locutores hay veces que el director artístico ocupa ciertos locutores con el timbre, ¿no?, tu escuchabas Que Buena del 95 al 96 pues era una radio grupera que casi todos tenían el mismo estilo, ¿no?, hoy ya no.**

**Hoy también la Que Buena de este año, ¡eh!, del 2006 este, no se, están mimetizados y esto no puedo hablar si fue indicación de... o si ellos han retomado el trabajo del director.**

**No la estanca pero no avanzan, vamos a decir, si el trabajo de promoción, producción está muy adelantado, es decir, si tienes mil regalos a ti de radioescucha que te importa que todos se oigan igual, ¿no?, lo que me importa es el regalo, ¿no?, y cuando los objetivos de un director son otros, que haya diferencia, que haya pluralidad en ideas, en voces y todo eso, pues ya será otro resultado, ¿no?**



¿Es un fenómeno de la radio moderna o siempre ha sido así?

**No, actualmente no la creo así, no creo que haya, y vaya que estoy que estoy botoneando estaciones, no advierto mucha copia ya, antes si, hoy ya no, le cambias, puedes cambiarle, por ejemplo, el Panda difícilmente con Gabriel Escamilla, Gabriel Escamilla con Gabriel Roa de la Z pues en ninguno, ni palabras, ni conceptos, ni producción, o sea ya no hay tal copia.**

¿No se si haz escuchado por ejemplo, a los vecinos a los de reactor, por ejemplo cuando eran radioactivo quizás te percataste de que el programa insignia era el de Olayo Rubio y todos, incluyendo mujeres, con excepción de un par de locutores, pero incluyendo mujeres todos eran Olayo Rubio...

**No te puedo hablar así, directamente de esas situaciones porque no las conozco, podría, lo que pasa es que es una escuela, ¿no?, haz de cuenta que el Rulo, el Sopitas, todos esos se van generando de un equipo que estuvo en radioactivo que estuvo acá, que primero se llamó Orbita, luego Reactor, entonces se van arrastrando, es la convivencia.**

Por ejemplo ahorita el programa que yo considero insignia de lo que es reactor, es el Antisocial del Rulo, justamente y empiezas a escuchar a los demás, de entrada a los muchachos que están con él, una muchacha y un muchacho ya hablan como él y entonces te quedas escuchando el resto de los programas y ahora ya no son Olayos ahora son Rulos.

**Te digo, en la convivencia obviamente vas a ir siguiendo al director, al que está llevando la batuta, hay cierto parecido luego con Radio Ibero, en algunas voces, pero yo lo encuentro más circunstancial, ¿no?, y si, por ejemplo aquí podríamos hasta cierto tiempo, hasta cierto momento, eh, tomar algunos conceptos de él, Zambrano, o cuando estaba el tirantitos algunos conceptos de él se retomaban; lo creo más circunstancial porque ahora, vamos, tanto la gente ya, la gente critica más, la gente te despedaza, ¿no?, entonces ahora te cuestionan y por su puesto que tu dices, oye pues me estoy hiendo por este lado.**

Regresando al Panda Show, ¿Qué es lo que consideras que ha hecho exitosa esta fórmula?

**El carácter del mexicano, de nosotros que de todo nos reímos, o sea de la muerte, de las desgracias, todo es chiste, somos un pueblo festivo, ¿no?, pese a que esté el muerto, pues, están afuera cantando y están chupando, y, vamos, el éxito reside en que el programa son mil voces, o sea el programa lo hace la gente, te vas a encontrar con que en un año, posiblemente la broma esté apoyada en un solo personaje, el policía corrupto, pero en diferente situación, diferente voz y diferente contenido de la persona que solicitó la broma, ¿no?, en enero entró don Juan, en marzo entró don Pepe con diferentes casos y que es un problema real, es una crítica a las**

**condiciones de existencia del mexicano; es que no puede ser posible que pase esto en el país, ja, ja ,ja, a mi me paso, y hago mi broma porque estoy reflejando y como lo voy a, talvez lo voy a justificar, bueno ya me paso, pues sonriendo,¿no?, es la fórmula, que son mil voces, que son diferentes contenidos y que está basado en algo que se nos da muy fácil, ¿no?, el reírse, ¿no?, el ser, ¿cómo se dice?, la morbosidad, a ver que dice, a ver cuéntale, cuéntale, y es que esto se da, la doble moral del ser humano, a ver dile esto, a ver que te dice y tu estás gozando, ja, ja, ja, pero que no te lo hagan a ti, porque cuando te lo hacen a ti ahí sí me enojo. Ha habido campañas hazle lo que quieras a todas las mujeres menos a mi mamá ni a mi hermana, es eso no.**

**Es eso, ¿no?, es el bouyerismo radiofónico, ¿no?, pero así nos conducimos, ¿no?**

¿Crees que el locutor, en este caso, el Panda Zambrano adopta la personalidad del público al que se dirige?

Si, porque, mira, es como un rompecabezas, ¿no?, si te habla un, por ejemplo si te habla un político en el cuerpo de Zambrano va a entrar una persona con mayor detenimiento a lo que está hablando, con mayor repaso a las ideas, si se mete una persona que, pues despapayosa, pues igual, qué tranza, o sea va moldeando su encuentro en base a lo que está escuchando del receptor, ¿no?, va representando personajes, ¿no?, si le habla un policía, pues le tiene que hablar en su vocabulario, si le habla un amigo que está en Estados Unidos de llegal, igual,¿no?

¿Consideras que de esta manera consigue más rápido la aceptación de ese público?

**Si, porque no es lo mismo mandar un saludo para Ciudad Neza, ¡hola qué tal un saludo para Ciudad Neza!, pero si dices ¡un saludo para Ciudad Neza, para el Bordo, donde todos los domingos juegan fútbol a las doce de la mañana y se roban los carros!, entonces el auditorio o el oyente dice ¡a chin, pues es que si conoce él por acá! Y el saludo lo sientes, pues, más íntimo, ¿no?, del saludo dices, pues es que el si sabe donde vivo, ¿no?, es más personal, entonces cuando tiene más datos, cuando les habla en ese mismo tenor logra mayor contacto, ¿no?**

¿O sea que es importante que el locutor adopte la personalidad de su público, sus intereses?

**Claro, porque no puedes decir ¡hola qué tal, todo está muy bien, respira profundo, la ciudad está en calma, un sol hermoso!, eso no es cierto, va a decir del otro lado, ese guey que trae, pues ahorita la ciudad está tensa, la población está tensa, lo que puedes decir es ¡tranquilos, no va a pasar nada, que hagan su show en San Lázaro, usted siga trabajando normal y vamos a**

**seguirle, ¿no?, vamos a darle trancazos a la vida!, entonces no puedes ser tan plano y desconocer las situaciones del público al que te estás dirigiendo.**

¿El Panda Zambrano es un líder de opinión?

**Forma opinión, porque está en un aparato masivo, ¿no?, entonces si el dice ¡este evento está pero si pocas tuercas!, ¿a poco sí?, pues van por los boletos, ¿no?, si dice, estoy comiendo esto, lo compre allá en la esquina, pues van a la esquina.**

**Forma opinión, líder yo creo que el concepto, te digo, en este tiempo ya sale sobrando porque me imagino así una persona que, a ver todos digan ¡ah!, ¡ah!, no yo creo que ya líderes ya están cayendo, ¿no?**

Pero en este caso tu me comentas que forma opinión y un líder de opinión, pues es una persona que forma opinión en otras.

**Pero vamos, para mi en lo particular no hay líderes de opinión, o sea, no se, se forma una opinión que es bien distinto a ser líder, ¿no?, al líder lo siento así, como que con más persuasión, o sea para mí ya el concepto líder como que quedo, no se, en los ochentas, los noventas, porque ahora la gente cuestiona más, un líder que decían, Jacobo Zabłudovsky, pues sí, la gente le creía, ¡así lo que dijo Jacobo!, ahora pregúntale a la gente ¿oiga, lo que dijo Doriga?, o sea, sean puesto en su papel de estar más enterados, entonces por eso se rompen ciertos conceptos para mi, ¿no?**

**Y los puedes cuestionar y cuando cuestionas sale, el liderato es así como con vendas en los ojos y lo sigues a donde vaya, ¿no?, lo que dice, ¿no?, entonces para mi ese concepto de líder no.**

**Que si forma si forma opiniones, pues si las forma, ¿no?, sugerencias, recomendaciones si lo aceptan pero más concientemente.**

Sin embargo, me ponías un ejemplo que pues a mi me habla de un liderazgo en la opinión, por que es una persona que dice, saben qué, esta canción es muy buena, los que cantan esa canción se van a presentar en "x" lugar, y de alguna manera dice, lo mejor será que compren los boletos, y este "lo mejor" se convierte en lo mejor para todos los demás, bueno, por lo menos para la gente que es su público.

**Para mi es una voz certificada, nada más, te digo, el liderazgo, te digo, me suena así, a ojos cerrados, a un concepto, no se, ochentero, ¿no?, ¡el líder de opinión, Jacobo Zabłudovski!, el líder de opinión, Ortega, el líder de opinión, Raúl Velasco, o sea te digo, porque si se le presenta así la gente te rechaza, automáticamente la gente te rechaza, es nuestro público es muy sensible, ¿no?, puede, por eso el panda maneja un vocabulario igual que él, maneja lugares comunes, frases de entendimiento entre los dos polos, precisamente por eso, para evitar ser el sabelotodo que antes se manejaba en los medios, podrá ser el, mira podrá estar diciendo, lo mejor, y dices, no**

**es que es el líder, no se, toma su micrófono y dice, voy a hablar de lo Bukis, ¿no?, pero de este lado te está escuchando el que hizo a los Bukis y de este lado te está escuchando uno de los Bukis, y de este otro lado te está escuchando un fan de los Bukis, que éstos tres pueden saber más que el famoso líder de opinión, es ahí cuando se rompe para mi este concepto, ¿no?**

Pero en este caso, entonces el Panda cuando toma el micrófono se convierte en uno más de la gente de su público, el es uno más de ellos, el es uno más pero con una voz certificada.

**Eso sí, dicen, vamos a escuchar al Panda, ¡no manches está bien chistoso, ¿no?, y pues dice, o sea se monta en su personaje y dicen, pues es de los nuestros, lo consideramos que el si se pudiera venir, bueno, lo encuentran en los taquitos de carnitas, ¿qué onda panda?, ahí es cuando está todavía afianzado al pueblo. Decían antes, me acuerdo de un ejemplo muy claro, yo no imagino a Doriga comer una torta de tamal con atole en la esquina, y dices, por lo tanto para mi, pueblo, pues ese guey que va a saber, ¿no?, no me imagino a Mariano Osorio en el pesero, o sea no, y claro tienen un segmento ellos ya cautivo, en nuestro segmento dicen, ¡ah!, el panda si me lo imagino albureando, chupando, tragando carnitas en la calle, ¡es de nosotros!, ese también es un elementos de que ha gustado del programa.**

Por último y agradeciéndole nuevamente este tiempo ¿Cómo se crea un programa de radio?, cuando nosotros como alumnos vamos a la escuela, en el taller de radio nos dicen, saben qué, para mañana hay que hacer un programa de radio, aquí les voy a enseñar como se hace una escaleta, ok, perfecto ya tenemos la escaleta, ya sabemos como distribuir tiempos, como poner las instrucciones para el operador, que si es con mayúscula lo que va a hacer, en negritas, vamos a darle un tiempo para que el locutor platique, otro tiempo para que entre una canción, otro tiempo para una entrevista, una cortinilla por acá, un puente por allá, sin embargo al momento de enfrentar la hoja en blanco, en el momento de hacer arte, por que la radio pues es arte también, en el momento de llenar esos espacios, o sea esos lapsos de tiempo que tengo distribuidos en mi escaleta, en el momento de crear un concepto ¿cómo se hace eso?

**Mira para empezar es super importante que aprendan las bases de la academia, ¿no?, el guión, la hoja numerada, vamos, toda la presentación y el orden, la organización que guarda un guión radiofónico, super importante que lo aprendan, obviamente ya dependiendo donde te vayas a desempeñar va a cambiar, igual hay programas que no tienen guión, igual es el timen que llevas, ¿no? Una, dos, igual los conceptos salen comiendo tacos, ¿no?, oye por qué no haces un programa de estos, a ver desarróllate la idea, ¿no?**

**Tal vez ya no digas, bueno, en el minuto cinco va la rúbrica, al cinco, cinco entra track dos, Sonora Santanera, tal vez ya eso no lo plasmes en la práctica pero ya lo llevas acá (en la mente), ¿no?, ya lo tienes bien**

aprendido, ¿no?, de tal manera que ya en tu hoja, y te hablo de la radio musical, entre comillas grupera, tal vez digas, voy a hacer el programa de los Bukis, bueno ya está mi entrada, vamos, si el tiempo te lo permite tu vas a hacer tu guión, entrada, bienvenida, entra locutor, santoral, efemérides y entra canción, tal vez, y es bueno porque te ordena y te hace administrar bien tu tiempo, pero hay veces que por la premura de tiempo, dices no, me lo llevo así, ya sabes que está la entrada grabada, entra rúbrica, voy, fondo, ya hasta con señas nada más, pero lo otro, las herramientas son super indispensables, aun que mucha gente dice, no es que la escuela está muy atrasada no es cierto que se vea eso, yo digo, es diferente nada más, pero ese elemento va a ser precisamente la diferencia entre los académicos y los empíricos; porque ya vas a tener bien organizado, con todos los conceptos que te enseñaron allá y además con la práctica, ¿no?

Los que se hicieron en la radio lo manejan todo así, pero van a carecer de la otra parte, que bueno que el egresado traiga las dos, por que eso te va a hacer super completo.

Cómo nace un concepto, nace en servilletas, nace en el baño, nace de la observación, nace de la sensibilidad, o sea, por que no es cierto que te digan, a ver hazme un programa, si lo voy a encargar, y te pones en el escritorio diez horas pensando, no es cierto, eso ya es la segunda parte, ¿no?, nace a cada paso que estas dando en la calle, que el estudiante de comunicación salga y que no sea chato, no sea cuadrado, o sea, que no observe, en cada movimiento de un ser humano hay algo que se puede explotar para hacer un programa y ejemplos hay miles, como personas hay en el mundo va a haber ejemplos de programas miles, pero hay que estar atentos, ¿no?, yo por ejemplo ahorita, la noticia del informe de gobierno ocupa varios ángulos, palacio sitiado, va a ser el informe o no, ¿qué debo hacer yo?, como satélite, a veces lo más inesperado resulta ser un trancazo.

Por ejemplo, cuando fueron las elecciones del Jefe de Gobierno del Distrito Federal, estaba Andrés Manuel López Obrador, ¿qué hacemos?, debes estar atento, ¿qué puede darte la gente?, no se, hagan elecciones en la casa, elijan al gobernador de su familia, escojan a un personaje de la familia, hay que tener observación y sensibilidad al máximo, ¿no?

Otro ejemplo, la Banca Confía, no se si es Alasrraqui, no me creas, el asesinato de Colosio causó gran tristeza en México, y pensó, Confía en México, así surgen los conceptos y después vas a las herramientas.

Hay que escuchar, observar la cotidianidad, los conceptos surgen de leer, observar, escuchar, de ser un espectador, ¿no?, como una esponja y aplicarlo, surgen de la naturalidad.

Después de los sismos de 1985 la ciudadanía toma conciencia, las autoridades se ven rebasadas y está ciudadanía toma conciencia de clases,

**la crisis del 1994, la devaluación desata una actitud en la que la gente ya no quiere saber de problemas, busca una distracción, estas situaciones son modeladoras de las necesidades del auditorio, ¿no?, y así surgen los shows en radio como respuesta del capitalino.**