

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LOS LOCUTORES DE LA RADIO MEXICANA COMO LÍDERES DE
OPINIÓN (MARIANO OSORIO Y TOÑO ESQUINCA)

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:
ISRAEL ESPINOSA GONZÁLEZ

ASESORA
MARÍA ESTHER NAVARRO LARA

CIUDAD UNIVERSITARIA

2011



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.

Dedicatoria

Este trabajo es en agradecimiento y dedicado a una familia muy unida.

Para la persona que me trajo a este mundo y que siempre se ha preocupado y ocupado por mí; que su amor hacia sus hijos siempre lo ha puesto por sobre todas las cosas, quien me ha puesto el ejemplo de la constancia en el trabajo y la lucha por lo que se anhela con mentalidad positiva, y quien siempre me ha enseñado que todo es posible. Mi mamá Estela González Núñez.

Para el hombre que con base a esfuerzo, trabajo y lucha me ha enseñado lo que es la disciplina en el trabajo y en cualquier actividad. Mi papá Enrique Espinosa Ortiz.

Para la mujer que me ha demostrado que trabajar y estudiar es posible y en las dos actividades se puede sobresalir predicando con el ejemplo, quien siempre me presionó para terminar este trabajo. Mi hermana Silvia Yadira Espinosa González.

Para mi inseparable hermano quien me ha inculcado el valor y compromiso por el trabajo basado en la constancia y disciplina; así como la actitud basada en el optimismo que le imprime a cada cosa que realiza. Enrique Espinosa González.

Para la mujer que desde que la conocí siempre ha estado conmigo en todo momento sea de alegría o de tristeza, quien siempre me ha sabido entender (sobre todo en este trabajo), que su amor hacia mí lo ha puesto por sobre muchas cosas y que siempre la ha caracterizado su alegría, positivismo, lucha y sueños posibles. Y quien también me presionó para terminar este trabajo. Para mi mujer Remedios Cortes Echeverría.

En especial dedico también este trabajo para el ser humano que cambió mi vida que a pesar de tener poco en este mundo y sin hacer mucho se ha ganado TODO, TODO mi amor, el ángelito que Dios me mandó, la bendición más linda que puedo tener; para el ser que cualquier palabra que utilice se queda corta

en la descripción de lo que significa para mí. Me hermosísima Katia Romina Espinosa Cortes. Mi linda bebita Rominita.

A mi abuelito Enrique Espinosa Godínez (q.e.p.d.)

A todos ustedes los quiero demasiado y me gustaría siempre tenerlos conmigo.

Gracias a todos ustedes con esto queda sellada una meta posible en la que tuvieron mucho que ver, me sobran y sobrarán palabras de agradecimiento siempre, toda la vida estaré agradecido. UN MILLÓN DE GRACIAS.

Para la Doctora Ma. Eugenia Chávez Lomelí a quien también le dedico este trabajo con un especial agradecimiento. Quien me ayudó en un momento crucial cuando más lo necesitaba, ahí estuvo, me escuchó y me atendió, de verdad la necesitaba mucho y Dios me la puso en mi camino. Mil gracias.

A mi asesora María Esther Navarro Lara, de quien tuve apoyo en todo momento en este trabajo

A la UNAM por darme la oportunidad de vivir muchas experiencias dentro de sus instalaciones así como del aprendizaje que obtuve al pasar por sus aulas.

GRACIAS A TODOS USTEDES.

CAPÍTULO 1

Antecedentes de la radio en México

Introducción	3
1.1 Nacimiento de la radio en México	9
1.2 Concepto y características de: líder y liderazgo	12
1.3 Tipos de líderes	21

CAPÍTULO 2

Liderazgo de opinión en la radio: Dos casos

2.1 Importancia del líder de opinión en la radio	26
2.1.1 Contexto actual de la radio en la Ciudad de México	27
2.2 Características generales de Grupo Acir y Grupo Radio Centro:	33
2.2.1 Grupo Acir	33
2.2.2 Grupo Radio Centro (GRC)	41
2.3 Monitoreo a las dos estaciones de radio:	48
2.3.1 Stereo Joya	48
2.3.2 Mix F.M.	49
2.4 Monitoreo a los dos programas radiofónicos:	51
2.4.1 “Hoy...con Mariano”	51
2.4.2 “Toño Esquinca y la muchedumbre”	53
2.5 Los líderes de opinión en la Radio Mexicana, dos casos:	55
2.5.1 Mariano Osorio (Stereo Joya)	55
2.5.2 Antonio Esquinca (Mix FM)	66

CAPÍTULO 3

Comparativo entre dos programas de radio:

“Hoy...con Mariano” y “Toño Esquinca y la muchedumbre”

3.1 Recepción de señal en los cuatro puntos cardinales de la Ciudad de México	74
---	----

3.2	Contenidos que aborda cada locutor en sus respectivos programas	78
3.3	Programación musical en los dos programas radiofónicos	99
3.4	Interacción de los dos locutores con sus radioescuchas dentro y fuera de su programa	102
3.5	Impulso económico que le dan a cada locutor	105
3.6	Entrevistas a los dos locutores:	110
3.6.1	Mariano Osorio	110
3.6.2	Toño Esquinca	116
3.6.3	Análisis de las dos entrevistas	130
	CONCLUSIONES	136
	BIBLIOGRAFÍA	143
	HEMEROGRAFÍA	144
	FUENTES ELECTRÓNICAS	145
	PROGRAMAS DE RADIO Y TELEVISIÓN	146

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los medios masivos de comunicación juegan un papel muy importante dentro de la sociedad, el poder que tienen ha crecido desenfrenadamente obedeciendo a las reglas del comercio. La radio tiene facilidad de penetración en los hogares ya que es uno de los medios de preferencia por la gente, por la ventaja de poder ser escuchado y al mismo tiempo realizar cualquier otra actividad.

Así como han crecido rápidamente los medios, ha crecido paralelamente la sociedad en la que vivimos, con una gama de gustos reflejados en la variedad de programas que ofrecen las estaciones de radio, aún así haciendo falta más estaciones ó programas de más variedad. Así podemos referir que existen emisoras de radio tanto habladas como musicales.

En cuanto a las habladas se puede decir que los temas que se llegan a tratar son de una gran variedad como problemas pueden existir en una sociedad tan compleja como es el Distrito Federal.

En cuanto a las estaciones de formato musical y hablado su variedad hace despertar más interés en escuchar comentarios, si a esto se suma que quien emite dichos comentarios cumple con gran número de características de un líder de opinión, es muy posible una influencia, cambio de actitud u opinión de alguien sobre determinado asunto.

La radio tiene la gran ventaja sobre otros medios masivos de comunicación, de poder estar realizando cualquier otra actividad mientras se escucha radio, dicha ventaja es muy tomada en cuenta por la gente; la gran mayoría las personas lo que busca es escuchar música para no ver exigida su atención mientras realiza otra actividad. En las estaciones hay dos clases de programación: el género musical y combinado con el hablado. Estos son los géneros que escogí en cuanto presentan estas dos características. Música en inglés de los 80, 90 y un poco más actuales, con Antonio Esquinca de Mix F.M, ubicada en el cuadrante

del 106.5 de F.M. y música romántica con Mariano Osorio de la estación Stereo Joya en el 93.7 de F.M.

La función del locutor es de suma importancia, sus comentarios tienen gran peso por su alcance, puede llegar a influir y hasta manipular a gran número de personas identificadas con sus comentarios y por lo tanto es un gran poder que debe ser atendido con especial atención, es posible que pueda llegar a convertirse en un líder, sin ser especialista en algo en concreto.

Un líder de opinión informal es quien no se especializa en algún asunto en concreto, puede hablar de diversas cosas y es capaz de influir en un grupo. Éste tipo de líderes son muy abundantes en la sociedad y se diferencian por la cantidad de seguidores de cada uno (porque tiene más opción a ser escuchados y asimismo a influir), por lo tanto el contar con un medio de comunicación como la radio es fundamental en la sociedad debido al alcance casi total en el D.F. y por lo tanto se convierte en un elemento de mucha importancia el contar con un medio de comunicación.

Un líder de opinión es importante en una sociedad, es la persona que cristaliza, organiza y dirige las opiniones y en ocasiones las acciones de los miembros de la sociedad.

Consideraré tener cuidado especial debido al lugar ocupado de un líder de opinión en radio dentro de una sociedad, tan sólo hablar de medios masivos de comunicación es hablar de un poder en donde los límites se han quedado rezagados, por lo tanto quien tiene acceso y es dueño de ellos (medios masivos de comunicación) hace uso de ese gran poder.

Y así con sus mensajes un locutor va cumpliendo diferentes funciones tales como: enmarcar la línea seguida por la estación obedeciendo intereses comerciales por parte del dueño, así como también políticos; pero también cumple la gran tarea de dominación o manipulación vista por los dueños (a través de los locutores) como algo a lo que se le puede sacar mucho provecho.

Esta doble función la tienen quienes acceden a los micrófonos de los medios de comunicación como la radio. Por un lado está la de vender a través de sus programas exitosos y, por la otra, manipular con la ideología de los dueños de los medios de comunicación. Estos deciden los programas a emitir, de qué manera tratarlos, la música a programar, los locutores para sus estaciones y los gustos que van a permanecer a través de la música, de las noticias o de programas hablados.

Por ello es que los monopolios no son benéficos para una sociedad por no dar variedad, limitan sobre los múltiples gustos que puedan existir en todos los sectores de una sociedad.

Un líder de opinión en radio se va a diferenciar de los demás por la manera en la que llegó a serlo y por la forma en la que está sosteniendo ese liderazgo, esto va a depender de las características propias que tenga, así el hecho de poder acceder a un medio de comunicación le va a ayudar a tener mayor alcance en sus mensajes y por lo tanto más probabilidad de influencia.

Por lo tanto, un líder de opinión va consolidándose como la persona a quien se le deposita confianza para poder dirigir las maneras de pensar para posteriormente manipular las actitudes.

Las características que debe cubrir un líder de opinión según: Kimball Young en su libro "La opinión pública y la propaganda" son: inteligencia, carisma, simpatía, autoridad, experiencia, influencia política, prestigio, imaginación, sagacidad, sentido crítico, serenidad, autocontrol, sinceridad, sencillez, personalidad física, cultura general, iniciativa, fuerza de voluntad, perseverancia, tenacidad, conocimiento de la naturaleza humana, conocimiento de la psicología y el lenguaje, desinterés y abnegación, estabilidad emocional, equilibrio nervioso, responsabilidad, sentido de comunicación aptitudes para conducir, flexibilidad.

Dichas características no son cubiertas en su totalidad por cada uno de los locutores que estudié en este trabajo, pero esto no quiere decir que por ello no

sean líderes, lo más importante es que influyen, por cumplir con la mayoría de dichas características.

El término líder de opinión se le ha asociado con personas que tienen grandes conocimientos en su ramo, por lo tanto sus comentarios conllevan gran influencia respaldada por esos conocimientos. Pero el término ha sido un tanto estricto en encasillar solamente a esas personas, siendo que existen una gran variedad de líderes que no se les ha considerado como tal e incluso lo han logrado sin proponérselo ellos mismos.

Los líderes de opinión marcan o dan la pauta para crear en cierto grupo interés por asuntos considerados por ellos como prioritarios, es decir, ellos pueden hacer que un tema esté de moda o pueden lograr la manera de cómo se piense en determinado asunto; lo importante es el número de gente que los escuche, es decir, esto obedece a la ley del mercado.

La problemática que consideré para ésta tesis con relación al tipo de líderes de opinión está en los líderes informales, por no ser especialistas en un solo tema, y son capaces de influir en su público; ellos pueden hablar de autoestima en un momento en que hay gente deprimida y pueden cambiar un estado de ánimo en su público ó en sus intervenciones pueden transmitir alegría y modifican la autoestima de alguien y esto lo logran sin ser psicólogos. Pueden hablar de otro tema cualquiera como: política, y no son politólogos; cine y no son ni críticos de cine ni cineastas; ambiente, y no son ecologistas; consejos de escuela, y no son profesores; de moda, y no son diseñadores ni modistas; de horóscopos y no son astrólogos; es decir, no se especializan en algo en específico, pero influyen en la opinión de quien los escucha.

La hipótesis fundamental bajo la que partí en este trabajo es: en la radio mexicana existen locutores que son líderes de opinión, porque tienen carisma y gran influencia en sus radioescuchas.

La hipótesis secundaria que manejé fue: algunos líderes de opinión pueden influir en los radio escuchas por las temáticas ofrecidas en un contexto social determinado.

En este trabajo de investigación me enfrenté a que hay mucha información que no está actualizada ni publicada en libros, tampoco en sitios de internet ó que su publicación es muy técnica; motivo que me llevó a recabarla directamente con la gente que trabaja en los lugares a investigar, sacando citas para ser canalizado y atendido y en algunos de los casos las respuestas fueron contestadas vía correo electrónico con previa identificación de tesista.

La entrevista con Mariano Osorio no fue lograda como yo la hubiera querido para poder entender más su ideología respecto a mi tema, pero tras mucha insistencia en radio y televisión con varios de sus asistentes ésta no tuvo éxito más que a través del correo electrónico, razón que no permitió ir a más preguntas derivadas del tema.

Las situaciones anteriores hicieron que se llevara más tiempo del contemplado en la recabación de la información necesitada para el desarrollo de este trabajo.

Por otro lado con Toño Esquinca la entrevista fue todo lo contrario, bastó con tres insistencias que tuve con él en dos semanas para darme la cita y atenderme personalmente, este encuentro me dio apertura para hacerle preguntas derivadas de las que llevaba planeadas sobre mi tema. Esto es reflejado en la extensión que tienen ambas entrevistas transcritas en el desarrollo del trabajo.

Al solicitar datos a las empresas que miden niveles de audiencia en la Ciudad de México recibí información atrasada, una de las razones puede ser que lo más reciente es para sus clientes que debe ser muy confidencial y costoso, esto a pesar de haberme identificado como tesista con todos mis datos solicitados. Por esta razón aparecen tablas y gráficas atrasadas, pero con la información obtenida se trabajó.

En el primer capítulo se presenta el nacimiento de la radio en México. Así como una conceptualización de varios términos relacionados con el liderazgo.

En el capítulo dos se proporcionan datos de las empresas en donde trabajan tanto Toño Esquinca como Mariano Osorio. De esta manera abordo este análisis dando a conocer las programaciones de las estaciones para las que trabajan ambos locutores. Siguiendo con esta dinámica especifico las programaciones de “Toño Esquinca y la muchedumbre” y “Hoy... con Mariano”, posteriormente, muestro datos sobre la trayectoria de cada uno de los dos locutores, así como sus logros y formación profesional.

En el capítulo tres se muestra un análisis detallado de los dos programas radiofónicos que estudié, en éste muestro comparaciones de varios aspectos como: la calidad de la señal, hasta el impulso que les dan las empresas para las que trabajan, pasando por los contenidos e interacción de los locutores con su auditorio.

También en este capítulo se dan a conocer las entrevistas realizadas a los dos locutores y con base en la información obtenida en dichas entrevistas presento un análisis final de los dos líderes de opinión.

En las conclusiones presento una reflexión acerca del tipo de liderazgo que manejan dentro de su auditorio, así como las causas que han llevado a ambos locutores a tener éxito en la radio mexicana. También se muestra la falta de claridad del término líder de opinión.

CAPÍTULO 1

Antecedentes de la radio en México

1.1 Nacimiento de la radio en México

En México como en el mundo nace la radiodifusión de una manera experimental, en donde algunos hacían sus pruebas y trabajaban con sus aparatos de una manera apartada entre ellos.

Hay diferentes lugares en el país donde se empieza a experimentar con grandes éxitos. Los primeros experimentadores estuvieron en el Distrito Federal, en 1917 había un grupo de preparatorianos quienes se reunían y juntaban dinero para comprar aparatos, hacían pruebas y leían información de revistas provenientes de Estados Unidos y de esa información hacían sus experimentos; esto no era propiamente radiodifusión, pero su aporte es crear transmisores a base de chispa.

En cuanto a estos primeros experimentadores me gustaría transcribir una entrevista que hace Rosalía Velázquez Estrada al Ingeniero Enrique Vaca que en ese entonces formaba parte de ese grupo de jóvenes preparatorianos del que hablo: “yo tenía el número 2 (refiriéndose a la revista), entonces vimos un circuito y lo hicimos, estábamos con eso oyendo, y un día oíamos los telégrafos y nos comunicábamos y oíamos barquitos de mar con chispa, todavía con chispa, y una noche estaba yo como a las doce de la noche oyendo y oigo que hacía un chiflido (refiriéndose al aparato), que hacía sss ... sss ... sss ... al acercarle las manos, pues ya se descompuso mi aparato”¹.

Estos como silbidos que percibía el Ingeniero Enrique Vaca con sus aparatos era la señal de la primera estación comercial de Estados Unidos “Norfolk” que en esa época tenía días que comenzaba a transmitir.

¹ Velázquez Estrada, Rosalía. La radiodifusión en México en Estudios de historia moderna y contemporánea de México. Álvaro Matute, editor. México 1983. UNAM. Instituto de Investigaciones Históricas, V. 9. p. 142

Ya cuando se empieza a dar lo que es la radiodifusión como tal entendida como "la transmisión de mensajes verbales o musicales programados destinados a ser escuchados por aquellos que contaban con equipos receptores"², es el 27 de Septiembre de 1921 cuando se llevan a cabo dos transmisiones en la Ciudad de México, únicamente horas hacen la diferencia dichas transmisiones.

Por parte de la Dirección General de Telégrafos el señor Agustín Flores y José D. Valdovinos hacen una primera emisión, ellos mismos habían construido los aparatos emisores y receptores, dicha transmisión se llevó a cabo desde el entonces Palacio legislativo (actual Monumento a la revolución) al Castillo de Chapultepec (antigua casa presidencial); en esa transmisión se estaba llevando a cabo la inauguración de la Exposición Comercial Internacional del Centenario. En dicho acto se esperaba esa primera emisión, por lo que se dieron cita algunos funcionarios así como representantes de medios de comunicación como es el caso del periódico Excélsior, cabe mencionar una de varias notas que publicó dicho periódico por tal transmisión:

"Excelencia: felicito muy cordialmente al Gobierno de México por el éxito alcanzado en las pruebas experimentales de telefonía inalámbrica que llevó a cabo hoy, 27 de Septiembre de 1921, el Departamento Técnico de la Dirección General de Telégrafos, dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas. Es este un paso efectivo en la conquista de las modernas ciencias físicas. Por Excélsior. Arnulfo Rodríguez, redactor"³.

En ésta primera emisión lo más destacado en ella eran los agradecimientos que se le mandaban al Presidente Álvaro Obregón que se localizaba en Chapultepec, por parte de autoridades que se encontraban en la ceremonia, es decir, en los aparatos de transmisión.

Ese mismo día pero horas después se da otra transmisión, el lugar en donde se llevó a cabo la emisión fue en el Teatro Ideal. Donde se recibió la señal fue

² Gálvez Cancino, José Felipe. Los felices del alba. p. 23

³ Ibid. p. 117

el actual Palacio de Bellas Artes (en ese entonces se llamaba Teatro Nacional); quienes llevaron a cabo dicha transmisión fueron dos hombres de ocupaciones muy diferentes a la radiotelegrafía era un doctor y un dentista, la profesora María de los Ángeles Gómez Camacho hija de uno de estos hombres habla al respecto: "Yo canté la noche que tuvo lugar el primer programa de radio en México, en los bajos del Teatro Ideal. Los técnicos de la transmisión fueron: mi padre, el médico militar Adolfo Enrique Gómez Fernández, y mi tío, el dentista Pedro Gómez Fernández. Don Francisco Barra Vilela, empresario por aquellos días del desaparecido Teatro Ideal"⁴.

Ésta primera emisión tuvo una estructura programática musical y su formato fue seguido años posteriores, también se continuaron dando más transmisiones de una manera ya establecida en cuanto a horarios y días, la Profesora María de los Ángeles Gómez dice lo siguiente: "José Mojica interpretó, si la memoria no me es infiel, Vorrei, de Paolo Tosti. Yo, a mi vez, Tango Negro, uno de los coupleta que acostumbraba interpretar María Tubau, una cantante famosa por aquellos días, a quien yo, a los once años de edad, admiraba profundamente"⁵.

"Pero mientras mi papá permaneció aquí, transmitió todos los sábados y domingos de octubre de 1921 a los primeros días de 1922, y siempre a la misma hora: de las 20:00 a las 21:00 horas. Esta emisora no tenía siglas y fue conocida simplemente como la estación del doctor Gómez"⁶.

En 1922 el Doctor Gómez Fernández deja de transmitir, se va a Saltillo a radicar pasando a formar parte de los experimentadores de la radio mexicana.

En 1919 en Monterrey Constantino de Tárnava quien gozaba de una buena situación económica estudia ingeniería en Estados Unidos, lugar en donde ya había nacido la radiodifusión y crecía desenfrenadamente. Para este año

⁴ Ibid. p. 110

⁵ Ibid. p. 111

⁶ Ibid. p. 112

Constantino de Tárnava lleva a cabo sus experimentos en Monterrey y es ahí donde funda la primera emisora a la que llamó Tarnava Notre Dame (TND); aunque hay que decir que hasta el 9 de Octubre de 1921 logra su primera emisión radiofónica en esa ciudad.

Tiempo después con la intención de conjuntarse entre radioaficionados forman una organización, en junio de 1922 se crea la Liga Nacional de Radio primer antecedente de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, ésta tenía como finalidad ampliar el conocimiento de la radio; a los 2 meses después se forma otro organismo al que se le llamó: Club Central Mexicano de Radio y ya existía el Centro de Ingenieros.

Para el 6 marzo de 1923 se crea la Liga Central de Radio como fusión de las tres organizaciones. En un principio se le encomienda la función de elaborar un reglamento en el cual se estipularan ciertos requisitos para poder instalar una radiodifusora, tales requisitos son mínimos y de carácter comercial porque sus miembros eran futuros concesionarios, de esta manera se empieza a llenar el país de estaciones de radio. Posteriormente éste organismo cuando ve amenazados sus intereses protesta y empieza a dar marcha atrás a todas aquellas leyes propuestas por el Gobierno para mayor control de los mismos.

En 1923 se termina lo que era la época experimental y comienza la etapa de comercialización de la radio.

1.2 Concepto y características de: líder y liderazgo

El hablar de líderes o liderazgo lleva a la necesidad de hacer notar una diferencia inicial entre ambos términos:

Sobre esto Whitaker dice: “el término liderazgo indica una relación entre dos o más personas, en la que una de ellas influye sobre las otras. Por otra parte, líder significa una posición particular, no presentándose necesariamente la relación de influencia que aparece en el término liderazgo, es decir, puede

llamarse a un hombre líder de la ciencia o de las artes sin que ejerza mucho influjo directo sobre otras personas”⁷.

En éste término es muy clara la postura del autor al mencionar que el líder puede ser una persona que no posee influencia con los demás, inclusive es posible que los influyentes vayan en contra de su voluntad; esto es que puede asignarse a un líder en una empresa o cualquier organización al que no se le haga caso en lo más mínimo.

“El término líder y liderazgo no son idénticos; el liderazgo implica la existencia de una particular relación de influencia entre dos o más personas. Mientras que el término líder es una persona cuyas características (en particular su estatus) le permiten ejercer una influencia”⁸.

El estatus es importante para un líder, sin embargo, hay también otros factores importantes en el líder como las relaciones personales, la edad, el sexo, y sobre todo el carisma, éste último puede ser igual de importante o hasta más que el estatus.

Históricamente han existido muchos líderes cuyos aportes han trascendido en el mundo contemporáneo a tal grado que se buscan y analizan sus obras.

Dentro de los líderes mundiales que han tenido gran influencia podemos encontrar a: Adam Smith, Carlos Marx, Platón, Albert Einstein entre otros, estos pensadores hicieron grandes aportaciones a la humanidad y sus teorías tuvieron gran aceptación por su efectividad en la práctica y todos sabemos hasta donde ha llegado su liderazgo.

Posteriormente se encuentra otro grupo de suma importancia para cada país o nación, estos tienen cargos de poder público que son escuchados y tomados en cuenta en cuanto a sus opiniones, aquí se encuentran los presidentes,

⁷ Martínez Galicia, Pablo. Las voces influyentes del cuadrante informativo: los líderes de opinión. p. 14

⁸ Ibid.

gobernantes, diputados y senadores en el caso de México. También se encuentran los líderes que influyen en quienes los escuchan o leen, aquí se localiza al editor de revistas o periódicos y a locutores de radio o comentaristas de televisión.

Son varios los ángulos desde donde se puede revisar el tema tales como: el estudiar la rapidez o lentitud en el momento del cambio por parte de un grupo o más específicamente de una persona; el motivo real o los motivos que generaron el cambio; la comparación entre los líderes al ser más certeros para influir; la estabilidad que mantiene un grupo o persona para tener un cambio de opinión y no cambiar por otra; estos son aspectos relacionados con liderazgo.

En muy diversas ocasiones todas las personas en algún momento de su vida han actuado como influyentes e influidos, es más, una persona adulta tiene mucha influencia recibida de sus padres en su niñez, adolescencia, en su juventud, estos le indicaban lo bueno, lo malo, los temores, a lo que llamamos prejuicios, por lo tanto los primeros líderes de opinión a los que se encuentra toda persona es a los padres.

El hablar de liderazgo de opinión es mencionar la existencia de muchas interrogantes y sus respuestas es difícil generalizarlas, en muchos casos hay estudios de autores que únicamente fundan sus hipótesis en resultados de encuestas o entrevistas que hacen a miembros de determinados grupos, en muchos casos estos estudios son realizados a los ciudadanos estadounidenses, sociedad regida por diferente cultura, costumbres, ideales, etc. a los que tenemos en México u otros lugares.

Los mensajes externados dentro de un grupo son importantes para la aceptación o rechazo de un mensaje, es decir, un individuo al ser influenciado por sus compañeros acerca de un contenido de manera positiva, éste lo va a aceptar de la misma manera ó por lo menos esa va a ser la primera impresión que le va a quedar, por ello es que éstas son un factor importante para poder hacer exitoso o no un mensaje.

El rechazo o aceptación de un mensaje en un medio de comunicación consiste en el trato de divulgación que le da éste, de ahí la importancia de los locutores, comentaristas, analistas, etc. que son líderes de opinión.

Por otra parte, la influencia interpersonal es de mucha fuerza, es mayor a la de los medios de comunicación, esto se refiere a que se está más en contacto directo con personas que con medios de comunicación. Aunque puede haber cierto debate, la primera relación que tiene un ser humano es con personas (sus padres), en contraparte se puede pensar que en la actualidad la radio y televisión son partes influyentes del crecimiento de una persona.

Existen dos factores que pueden hacer que exista un cambio de opinión proveniente de los medios de comunicación.

-Uno es que los ideales de una persona estén compartidos por los integrantes del grupo, por lo que dicha persona ve apoyados éstos para la aceptación o rechazo, pero dependerá de la resistencia o apoyo que encuentre la persona dentro del grupo.

-El otro tiene que ver con aquellos reforzadores o re transmisores (líderes) que hacen que cierto mensaje sea retransmitido o no internamente.

También existen varios factores por los que mensajes emitidos por los medios de comunicación no pueden penetrar en cierto grupo:

- a) El guardabarrera puede que no retransmita y no establezca la conexión.
- b) Una persona con influencia quizá no apoye la propuesta.
- c) Es posible que se perciba que el mensaje es contrario a las normas establecidas”⁹.

Partiendo de que las actitudes y opiniones así como la modificación de las mismas proceden de un grupo determinado; entonces el cambio de opiniones

⁹ Katz, Elihu y Lazarsfeld F., Paul. La influencia personal. p. 135

fuera del grupo por situaciones externas se da por la comunicación interpersonal esto puede ser: porque algún integrante del grupo genere y lleve al mismo opiniones con opción a cambiar ciertos ideales del grupo, uno de los que comúnmente manipulan en éste (el líder) son los medios de comunicación de masas; que algunas veces influye o transmite a aquellos miembros que no tienen ese contacto directo con los medios de comunicación o no están informados.

Además si a esto se le suma que entre los miembros del grupo estén al tanto de los mensajes de los medios y que el líder del grupo retransmita con los mismos puntos de vista ya sean positivos o negativos es muy grande el éxito de estos mensajes sobre todo en su postura, y si aún a esto se le agrega el monopolio de mensajes o medios de comunicación (o sea que no existan mensajes contrapuestos a los medios y a los líderes) es un rotundo éxito esos mensajes.

Por lo que se deduce en los cambios de opinión: “Muchos estudios confirman la sospecha de que la influencia dirigida al grupo para que cambie una actitud o forma de comportamiento consiste, en parte al menos, en una llamada a los valores más profundos que también forman parte de las normas de grupo”¹⁰.

La influencia se puede encontrar en multiniveles desde quien está hambriento y está en busca de algo que pueda saciar su necesidad, hasta quien se encuentra extremadamente enamorado de su novia (o) y hace todo lo que su pareja le indica.

Por lo tanto hago la siguiente clasificación de influencia interpersonal:

-Existe la llamada influencia a la fuerza: que es aquella que es utilizada en muchas ocasiones cuando un niño es dependiente de sus padres y en acciones de desobediencia sus tutores con amenazas o castigos hacen que las acciones de éste sean controladas y por lo tanto influenciadas.

¹⁰ Ibid. p. 84

-Otra influencia existe cuando una persona tiene una necesidad básica y busca la manera de saciarla, a ésta influencia se le denomina de atracción inmediata. Un ejemplo es cuando una persona que no ha comido en varios días y ve cerca una panadería o cualquier lugar donde hay comida, dicho lugar será su punto de interés para obtener algo de ahí, ó cuando una persona tiene mucho frío, calor o sed, de esta manera están siendo influidas sus acciones por sus necesidades.

-Otro tipo de influencia es el llamado de atracción indirecta, cuando existe una comunicación intermedia entre la persona que recibe un mensaje así como la que lo emite, un ejemplo de ello es cuando en el radio o en un periódico se menciona una oferta de trabajo, el periódico, revista o radio condicionan las acciones del receptor.

-Otro es cuando se le brinda absoluta confianza a alguien y se le hace mucho caso a sus consejos, quizá por su experiencia, o por su edad, esta influencia es llamada: de control.

Para que se presente el liderazgo tiene que existir mínimamente las siguientes condiciones:

- 1.- Un grupo (dos o más personas).
- 2.-Una tarea común o actividades orientadas hacia un objetivo. Es por esto que un líder al formar parte de un grupo debe contribuir y adaptarse a las circunstancias que el grupo le plantea o de lo contrario perderá el status o el rol que lo hace líder.
- 3.-Diferenciación de responsabilidades (algunos de los miembros tienen obligaciones distintas).

La tarea de estudiar el liderazgo sería mucho más fácil si se hiciera ó enfocara hacia un grupo especial en determinado momento, más aún si ese grupo tuviera una organización definida.

En otras palabras, el liderazgo es un rol momentáneo esto va a depender de la situación, por ejemplo: en el caso de los dos locutores a estudiar tanto Toño Esquinca como Mariano Osorio son influyentes por su manera de abordar temas, por su temática que manejan en sus programas de radio, por su estilo que maneja cada quien con su público, pero sobre todo porque el momento por el que atraviesa la sociedad a la que van dirigidos sus mensajes es idóneo para identificarse con esos estilos.

Es tan importante esto último que no se puede afirmar que un líder de grupo va a ser tal en todo momento o en cualquier otro grupo. Más bien esto es que las características de un líder son elementos vistos por el grupo como medios para alcanzar un fin, en determinado momento que persiguen, de la misma manera los miembros del grupo son vistos por el líder como elementos para llegar a un fin en común que no es el mismo en todos los grupos.

“El líder aparece como consecuencia de las necesidades de un grupo de personas y de la naturaleza de la situación en la cual dicho grupo intenta actuar”¹¹.

Por otra parte han existido ciertos argumentos contrapuestos en cuanto a que si los líderes tienen características universales o si cada uno de ellos tiene características particulares.

Quienes manifiestan que existen características universales de los líderes mencionan:

“Cada líder parece sentir cual es el momento oportuno para censurar y para elogiar... ninguno de los líderes es siempre una persona grata... por lo contrario, cada uno tiene una posición definida y luchará por lo que considera justo... cada líder parece saber cómo debe controlar su propio estado de ánimo, por lo menos en la medida necesaria para no suscitar sentimientos negativos de depresión o de ansiedad en otros. Todos parecen capaces de

¹¹ Browne Clarence, George. S. Cohn, Thomas. El estudio del liderazgo. p. 3

reservar sus propios problemas y no confían sus inquietudes personales, salvo a un amigo o a dos muy especiales... Todos parecen capaces de establecer rápido y eficaz rapport con una amplia gama de diferentes personalidades... Todos parecen poseer en mayor o menor grado una desusada capacidad de identificación con otros¹².

Mencionar que un líder posee características idénticas a otros líderes es como si dijéramos que todas las personas y más aún los líderes son iguales en cuanto a su manera de pensar, de dirigir y que todos los grupos son iguales tanto por sus objetivos perseguidos como por su estructura; lo cual es incorrecto, cada líder tiene una manera particular para ejercer su cargo, así como también la relación con su grupo que puede ser diferente.

Un líder exitoso es posible estudiarlo de una forma más certera en conjunto con su grupo y en la situación en la que liderea, por lo que las diferentes características mencionadas por los autores se pueden estudiar por separado si es que se quiere entender el fenómeno de liderazgo en un caso particular; razón por la cual lleva a pensar que los líderes de opinión no tienen todos los rasgos que mencionan muchos teóricos, pero sí pueden poseer gran parte de ellos.

Definir a un líder es difícil si de fondo se analizan sus connotaciones, muchas de ellas se pudieran debatir como el caso de mencionar al líder como la persona que lleva al grupo hacia sus objetivos. Esto es un tanto superficial dentro del grupo por los objetivos reales de todos los integrantes, estos pudieran ser: el sentirse a gusto con uno o con varios integrantes del grupo, por la convivencia de pertenecer a un grupo de elite, por darse a la tarea de resolver problemas difíciles y hacérsele interesante, etc.

Otro aspecto interesante es cuando se elige a un líder quizá el momento en que se eligió a cierta persona no era apropiado o simplemente en esos

¹² Ibid. p. 73

momentos gozaba de gran popularidad, y este no puede ser un rasgo trascendental para creer que será un buen líder ya en sus acciones.

Mencionaré algunas definiciones de liderazgo teniendo muy en cuenta que éstas no tratan de encasillar a los líderes, sino más bien lo dicho anteriormente debe estar muy presente.

Para Whittaker el liderazgo se puede entender como: “una influencia efectiva en controlar las acciones de otros miembros del grupo: es líder quien ejerce esa influencia efectiva. Dicho sin complicaciones, son los individuos quienes en el grupo tienen más probabilidades que los otros de influir sobre las actividades del grupo o controlarlas”¹³.

Para Sprott, “el liderazgo afecta al comportamiento de otras personas más de lo que afecta el comportamiento de éstas al del líder, el líder toma la dirección, haciendo sugerencias que son aceptadas, cualquier persona que actúe como modelo para otras, es llamado líder. También se llama así a la persona a cuyas opiniones los demás se remiten, o cuyas órdenes se lleven probablemente a cabo”¹⁴.

El hacer mención del término líder es llegar a tener varias connotaciones que se pueden ver desde lenguajes muy técnicos, hasta el más cotidiano, lo cierto es que todos tienen una característica que hace identificable el término, cuando se piensa en líder se viene a la mente a el mejor en cierta disciplina o actividad, a quien influencia gente, a quien manda, a quien se debe obedecer; en secciones de periódicos como las secciones de finanzas se habla de tasas de interés líderes, que pueden entenderse como las más altas o las mejor posicionadas; en noticias de política cuando se habla de algún líder se piensa en la persona que encabeza cierta institución y por lo tanto manda, mueve, ordena, organiza; en los deportes cuando se habla de algún equipo líder, se piensa en el equipo mejor posicionado en la tabla general; cuando se habla de alguna estación radiofónica líder se piensa en la mejor, en la de mayor rating.

¹³ James O., Whittaker. La psicología social en el mundo de hoy. pp.105-106

¹⁴ Sprott Walter, John Herbert. Psicología y sociología del líder. p. 13

Aunque se tiene que tener claro que “un líder no es necesariamente una persona con éxito. Se puede tener liderazgo y caminar al fracaso”¹⁵.

Actualmente hay gente que ejerce desde puestos donde ya el liderazgo está, sólo se necesita la parte humana con quien se conjuguen las características de un líder; pero los medios de comunicación tienen ese gran alcance y ese lugar entre la sociedad, y lo que resta es agregarle la parte humana para una verdadera influencia y manipulación.

El tema de los líderes en los medios de comunicación es tan importante en la actualidad que en ocasiones hay gobiernos que buscan desaparecerlos o quitarlos de éstos ya que pueden ser un riesgo para lo que tienen bajo control por lo que recurren a las llamadas censuras (llámese en radio, televisión o medios impresos).

1.3 Tipos de líderes

En esta parte se mencionan los tipos de líderes que existen, hay teóricos que mencionan más clasificaciones, sólo que los más destacados son los siguientes y el resto son una combinación o derivación de los siguientes:

1. El Legal: Se obtiene a través de elecciones o porque demuestra su calidad de experto sobre los demás. Esta figura es común en el campo de la política y de la empresa privada.

A este tipo de dominación Weber la conceptualiza como: “aquel que se ejerce por medio de un cuadro administrativo burocrático. Sólo el dirigente de la asociación posee su posición de imperio, bien por apropiación, bien por elección o por designación de su predecesor”¹⁶.

¹⁵ Véase. Weber, Max. Economía y sociedad

¹⁶ Ibid. p.175

2. El Tradicional: este simplemente se hereda, bien sea por pertenecer a un grupo familiar poderoso o porque siempre ha ostentado el poder o por la costumbre de ocupar un puesto destacado.

Respecto a este tipo de líder Weber menciona: “Debe entenderse que una dominación es tradicional cuando su legitimidad descansa en la santidad de ordenaciones y poderes de mando heredados de tiempos lejanos, desde tiempo inmemorial, creyéndose en ella en méritos de esa santidad. El señor o los señores están determinados en virtud de reglas tradicionalmente recibidas”¹⁷.

3. El Carismático: el grupo le ve dones personales que no tienen el resto de los integrantes.

De acuerdo a Max Weber: “Debe entenderse por carisma la cualidad, que pasa por extraordinaria (condicionada mágicamente en su origen, lo mismo si se trata de profetas que de hechiceros, árbitros, jefes de cacería o caudillos militares), de una personalidad, por cuya virtud se la considera en posesión de fuerzas sobrenaturales o sobrehumanas –o por lo menos específicamente extracotidianas y no asequibles a cualquier otro, o como enviados del dios, o como ejemplar y, en consecuencia, como jefe, caudillo, guía o líder”¹⁸.

De acuerdo al tipo de dominación legal mencionado por Weber, tanto Toño Esquinca como Mariano Osorio no entran en su conceptualización, ninguno de los dos debe rendir cuentas a la sociedad sobre un manejo de recursos públicos, tampoco están rodeados de un aparato burocrático con el que se valen para desempeñar su función, y mucho menos fueron elegidos a través de elecciones como lo menciona el autor antes mencionado.

Por otra parte, ninguno de estos dos locutores entra en el tipo de dominación tradicional, debido a que ninguno tiene su cargo porque le fue heredado, ni se maneja a través de reglas tradicionalmente establecidas.

¹⁷ Ibid. p.235

¹⁸ Ibid. p.193

El tipo de dominación en el que pueden entrar tanto Esquinca como Osorio es el carismático, porque manejan cierto tipo de ejemplo a seguir ó si no es a ellos como personas, sí a sus mensajes que emiten.

Para este trabajo, el líder más importante o de más trascendencia por el grado de dones que debe tener una persona es el carismático, éste puede influir y manipular de acuerdo a su ideología; mientras en el tipo de dominación tradicional y legal, la persona en particular no debe tener grandes dones.

En el tipo de dominación tradicional se actúa por lo que ya está escrito, estatuido y solo hay que seguir dominando con lo ya establecido y se domina sin exigir o percibir características diferentes a los de cualquier persona, es decir, cualquier persona puede llevar a cabo ese tipo de dominación porque las características como persona no le exigen más.

En cuanto al legal tampoco se exige mucho a determinada persona, porque se basa de acuerdo a las reglas señaladas, como individuo tampoco tiene tanta exigencia en sus características propias.

El que más exige características personales es el carismático, ya que es el que más puede improvisar de acuerdo a criterios establecidos por él mismo. Aunque también hay que señalar que si se tendría que apegar estrictamente al concepto manejado por Weber, sería muy difícil encontrar a alguien que maneja términos como: posesión de fuerzas sobrenaturales o sobrehumanas, y esto no lo tendría ningún ser humano. Aunque dentro de toda su idea de dominación carismática poco se le podría relacionar a Esquinca y a Osorio con la conceptualización de Weber.

De acuerdo a Miguel Ángel Cornejo y Rosado el carisma es una de las características de estos dos locutores “por su lenguaje y presencia, el líder carismático comunica su entusiasmo, compromiso y motivación, que se irradian a sus seguidores. La comunicación integral la debe realizar el líder a través de su persona, incluye los leguajes verbales y corporales; cuando despierta en sus

subordinados un sentido de igualdad, produce en ellos una sensación de afecto y admiración”¹⁹.

Otra de las características por las que Cornejo ubica a Esquinca y a Osorio dentro de este tipo de líderes es: “los líderes carismáticos son impulsores naturales de las ideas de otros, un mito popular es el creer que el líder carismático es siempre el originador de las ideas, pero en realidad a menudo toma prestadas las ideas y experiencias de otros, las dinamiza y las echa a andar con la ayuda de los demás. En esencia puede ser un promotor efectivo de ideas, no necesariamente un inventor”²⁰.

A partir de aquí se puede desprender: “Un líder de opinión en radio es aquella persona que no necesariamente es el más informado o el más inteligente, pues en tal medio electrónico, muchas veces, lo que tiene mayor impacto en el radioescucha es el carisma que posee el locutor”²¹.

El concepto de líder de opinión en radio es el siguiente: persona que tiene acceso a emitir a través de un medio de comunicación como es la radio, cuyos mensajes tienen gran alcance. Es capaz de ejercer influencia sobre las actitudes, opiniones y conductas de otros individuos hacia ciertas formas de pensar o de actuar (líder carismático), esto en virtud de que es percibido por los radioescuchas como una fuente confiable de información y noticias, cuyos puntos de vista son tomados en cuenta como modelo. Entre más cantidad de radioescuchas hay más posibilidad de influencia numérica.

La actividad del locutor es fundamental para esta tesis por lo que es necesario conceptualizarlo y así de esta manera llegar a los dos locutores que más adelante se analizaran:

¹⁹ Cornejo y Rosado, Miguel Ángel. El poder del carisma. p. 52

²⁰ Ibid. p. 68

²¹ Ciriaco, Edith; Limas, Brenda; Rivera, Daniela; Torres, Iván. Líder de opinión Página Web: www.liderdeopinion.com Consulta: Febrero del 2011. Link: <http://voces-electronicos.blogspot.com/2007/08/lider-de-opinin.html> Publicado: 31 de Agosto del 2007.

“Podemos definir al locutor como todo aquel que profesionalmente habla ante un micrófono para un público, ya sea en presencia de éste o a través de un medio de comunicación, para comunicar e/o informar, a excepción de los actores y actrices en la interpretación de personajes”²².

Otra definición es “Un locutor es un orador, puesto que habla ante un público, que si bien es indeterminado y homogéneo, además de anónimo, es un público numeroso que cree en él. El locutor debe tener más que una simple voz al aire, es una persona cuya influencia recae definitivamente en la gente que lo escucha. El locutor juega entonces, un papel del que debe estar consciente como persona de los medios de comunicación ya que su mensaje, positivo o negativo, traerá consecuencias sobre el auditorio”²³.

²² Gómez Noriega, Martha. El quehacer del locutor. p. 9

²³ Santana Reyes, Sandra. La radio y sus recursos: El locutor de frecuencia modulada en el Distrito Federal en los noventa. pp. 46-47

CAPÍTULO 2

Liderazgo de opinión en la radio: Dos casos

2.1 Importancia del líder de opinión en la radio

Un líder de opinión en radio tiene mucha importancia en una sociedad, más cuando su público receptor es muy grande, este personaje puede llegar a manipular grandes masas por su alcance que tiene al contar con un medio de comunicación tan efectivo como es la radio.

Un ejemplo muy claro de esto en un asunto internacional fue de un joven locutor (migrante mexicano, oriundo de Ocotlán Jalisco) llamado Eddie Sotelo quien tiene un programa radiofónico en los Ángeles California llamado “Piolín por la mañana” en la frecuencia 101.9 F.M. en cuyo contenido habla mucho de asuntos migratorios a favor de los latinos que van a buscar oportunidades de trabajo en Estados Unidos²⁴.

Este locutor hizo una convocatoria desde los Ángeles en los primeros años del presente siglo (pasando por algunos estados norteamericanos a los que llega su programa) en la que solicitó a la gente interesada a mandar cartas y llevarlas en una marcha hasta el Congreso de los Estados Unidos, solicitando a los congresistas poner a discusión la reforma migratoria, este acto tuvo muchísimo éxito por la cantidad de gente que conjuntó este locutor.

Miles de personas buscaban a alguien que promoviera sus intereses migratorios así como organizarlos teniendo la misma meta. De aquí la importancia del movimiento social promovido por un líder de opinión en radio. Aunque el debate no logró cambio alguno a la legislación migratoria en los Estados Unidos.

²⁴ Eddie Sotelo Página Web: www.terra.com.mx. Consulta: 10 de Junio del 2010. Link: www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloid=321995

En la práctica el líder de opinión aparece en un momento y lugar determinado para ejercer ese liderazgo. Eddie Sotelo conjuntó y unificó los intereses de todas aquellas personas que necesitaban de alguien para representarlos y llevarlos a los lugares idóneos para ser escuchados. También a esto se conjuntó el lugar y el momento preciso, hace un siglo ó en algún país europeo Eddie nunca hubiera trascendido como líder.

2.1.1 Contexto actual de la radio en la Ciudad de México

Se analiza la Ciudad de México porque es un lugar muy estudiado por parte de las empresas encargadas de analizar niveles de audiencia, así como de sus características; de igual manera es el espacio donde hay más radiodifusoras. Por ende es el territorio al cual van más dirigidos los mensajes de Esquinca así como de Osorio, esto se refleja en las llamadas telefónicas de parte de su auditorio.

El contexto que se hace en la ciudad de México es porque es el lugar referente en el cual tanto Toño Esquinca como Mariano Osorio tienen más proyección por parte de sus empresas así como es notorio el público al que mayormente van dirigidos.

Una ventaja importante de la radio es que puede ser más atendida en cuanto a los contenidos que emiten los emisores, otros medios de comunicación como la televisión y la prensa se prestan más a requerir atención en el mensaje visual, por algo muestran en los comerciales y en los programas actuales a gente bonita, paisajes hermosos, encabezados llamativos ó cualquier otra cosa que llame la atención visual (en la gran mayoría de los casos) para penetrar en el televidente ó lector.

De igual manera en la radio se hace uso de voces llamativas dependiendo de la intención de algún programa por ello los múltiples tonos de voz; otros aspectos a considerar es la música, los comentarios, los efectos que ponen a

trabajar la imaginación, etc. en general son muchos elementos de los que se vale la radio si se sabe explotar e intencionar.

En la Ciudad de México existe cada vez un mayor número de personas con gustos radiofónicos diferentes; esto ha llevado a una creciente variedad de voces, programas, música, temáticas, géneros, calidad de señales, etcétera tanto en la banda de Amplitud modulada como de Frecuencia modulada, de tal manera que en la actualidad existen un total de 66 estaciones de radio en la zona antes mencionada.

Esta gama de frecuencias ha obedecido a la variedad de radioescuchas que se ha venido desarrollando, consecuentemente poco a poco van surgiendo monopolios que tienen varias estaciones en su poder y creando competencia entre ellos, todo por las leyes comerciales regidas por el mercado llamado: rating, que se dan a nivel nacional tratándose de radio comercial.

Estas mismas leyes llevan a muchas polémicas entre diversos grupos derivadas de que los dueños de grupos de estaciones radiofónicas como en cualquier otro negocio busca ampliar, explotar y hasta monopolizar el medio por sobre cualquier otra cosa, buscando el objetivo comercial.

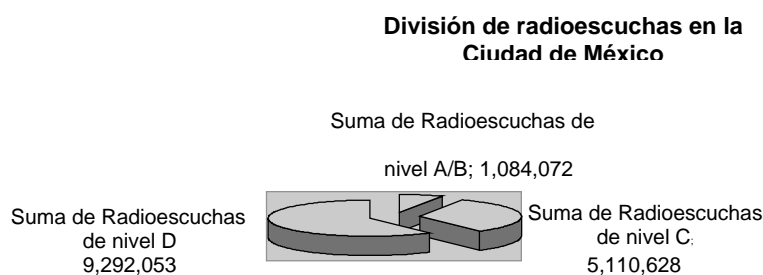
Se puede mencionar que en México la radio es un medio muy rentable al que cuidan mucho los propietarios de los grandes grupos radiofónicos, entre ellos acaparan las ganancias, por lo que es muy difícil que alguna persona ó empresario pueda entrar en ese círculo de propietarios y concesionarios de grupos radiofónicos lo que contribuye a una monopolización que daña la variedad radiofónica del país, sólo entre unos cuantos compiten bajo sus propios criterios de lo que le dan al público receptor.

Pasando a la parte del receptor radiofónico también han ido evolucionando los estudios que se les hace al auditorio; dichos análisis de medición se hacen mediante encuestas sobre sus características, gustos, preferencias, desde lo más general a lo específico.

INRA (inicialmente: Internacional Radio Audiencias. Actualmente: Investigación de Mercados INRA S.C.), empresa que realiza estudios de medición en diferentes medios de comunicación, en la Ciudad de México sus estudios de este tipo son mensuales, en Marzo del 2007 arrojó resultados en los cuales un total de 15,486,753 personas escuchan radio en sus hogares, en el automóvil en promedio 81,587 personas lo hacen²⁵.

En la siguiente gráfica voy a mostrar un desglose de la audiencia en la Ciudad de México de acuerdo a sus niveles socioeconómicos por la zona en donde se encuentra ubicado su domicilio.

INRA divide a la audiencia en niveles socioeconómicos tomando como base cifras del INEGI de la siguiente manera: las personas pertenecientes a la letra “A/B” corresponden a niveles económicos altos tomando en cuenta la zona en la que viven; la “C” corresponde a la gente de clase media, y la “D” pertenece a la gente de bajos recursos; para mostrar esto más claro y visible presentaré la siguiente gráfica en donde viene el desglose en porcentaje y en cantidad de personas que escuchan radio en sus hogares.



Fuente: Gráfica realizada de acuerdo a datos estadísticos que me proporcionó una representante de INRA llamada Tanya García Rivas en marzo del 2007²⁶.

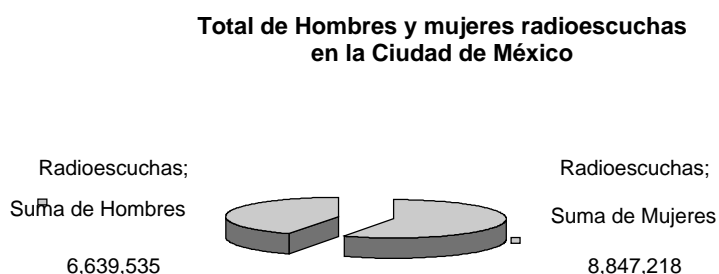
²⁵ Investigación de mercados INRA S.C. División de radioescuchas en la Ciudad de México. (En línea). inra@inra.com.mx. Fecha de respuesta: 28 de Mayo de 2007

²⁶ Ibid.

Estas clasificaciones son subjetivas porque puede haber gente de nivel "D" que tenga ingresos muy grandes y que tengan varias propiedades y un nivel adquisitivo alto y pueden llegar a entrar en un nivel "C", o pueden haber zonas muy bonitas en donde se encuentren casas muy deformadas en donde es notorio que no son de buenos ingresos y pueden entrar en nivel "D", pero como todas las demás casas y la zona es bonita entra en la clase "C" y por lo tanto entra en la estadística y opinión de los clasemedieros.

De la gráfica mostrada destaca la población de radioescuchas de bajos recursos, es decir, que son las personas que más escuchan radio en la Ciudad de México y en contraparte quienes menos escuchan radio son las personas de nivel económico alto, quedando en medio los radioescuchas de nivel económico medio con 5,110,628 de personas.

También se presenta una gráfica en la cual muestro la cantidad de mujeres y hombres que escuchan radio, partiendo de la totalidad de los 15,486,753 radioescuchas en la Ciudad de México:

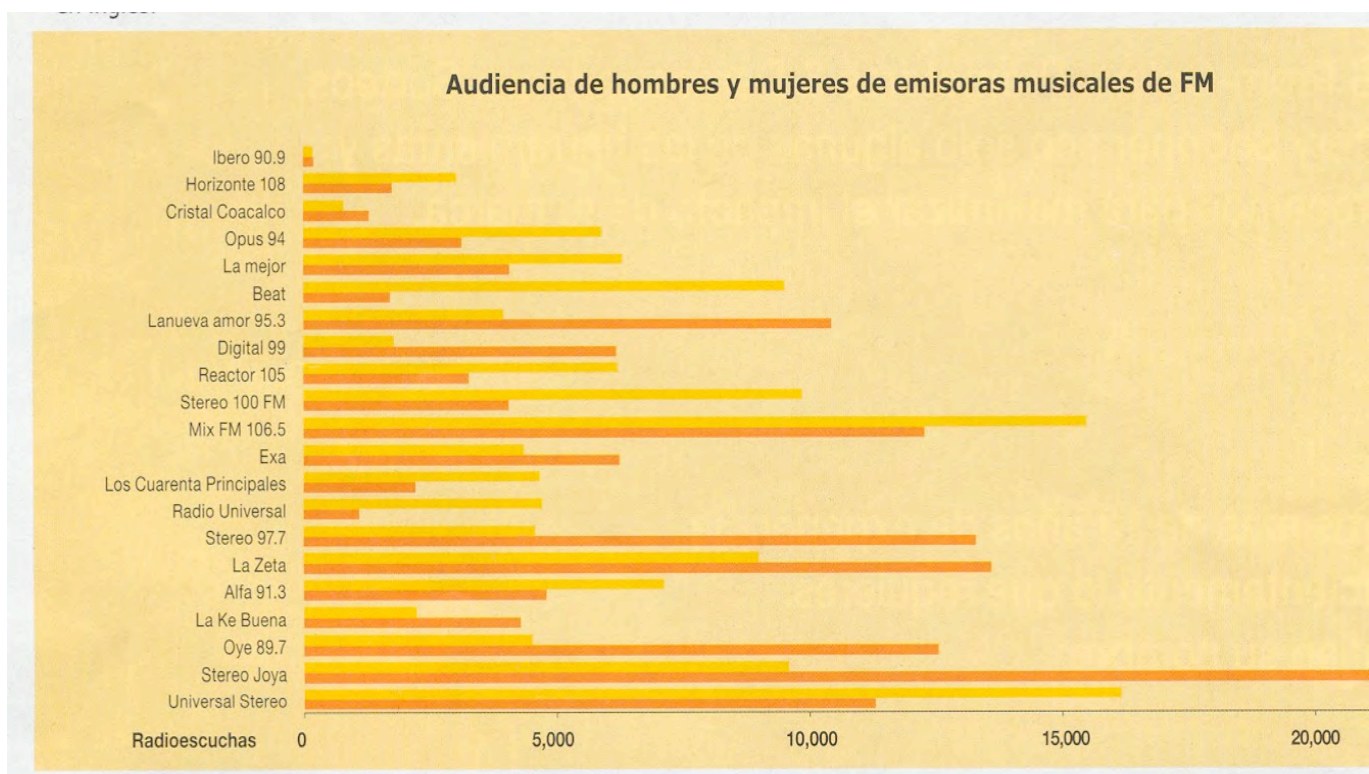


Fuente: Gráfica realizada de acuerdo a datos estadísticos que me proporcionó una representante de INRA llamada Tanya García Rivas en marzo del 2007²⁷.

²⁷ Ibid.

La importancia que tienen tanto Toño Esquinca como Mariano Osorio es que tienen alcances en la sociedad muy grandes de diferentes estratos socioeconómicos (A/B, C, D) así como por edades y sexo.

Esta razón me lleva a mostrar el más reciente gráfico anual (que pertenece al año 2006) que se publicó en la revista mensual Merca2.0 en su número 59 del mes de Marzo del 2007²⁸, realizado por la empresa BIMPSA-ISOS y de manera más comparativa con todas las estaciones de radio de Frecuencia Modulada el lugar en el que se encuentran estas dos estaciones en las que trabajan Toño Esquinca y Mariano Osorio, así como hombres y mujeres quienes escuchan cada estación:



Fuente: Cuadro que muestra a las estaciones más escuchadas en el Valle de México de acuerdo al estudio perteneciente al año 2006 realizado por la empresa INRA, transcrita íntegramente de la revista mensual Merca2.0 No. 59, año 5 publicada en Marzo del 2007²⁹.

²⁸ Investigación de mercados INRA S.C. Inratings. Merca2.0. Número 59. México 1 de Marzo de 2007. p. 64.

²⁹ Ibid.

Estas barras oscuras indican la población radioescucha femenina y la barra clara muestra la masculina. Cabe mencionar que este estudio fue realizado a personas mayores de 25 años, en el horario de 7:00 a 20:00 hrs. de lunes a viernes en los tres niveles socioeconómicos.

De dicha gráfica se puede deducir que la estación más escuchada por el sexo femenino muy notoriamente es Stereo Joya. Los hombres escuchan más Stereo Universal y Mix FM., lo destacado es que estas dos últimas estaciones de género musical transmiten música en inglés de los 80 y 90, y que en Mix y Stereo Joya transmiten Toño Esquinca y Mariano Osorio.

Posicionamiento	¿Quién es el locutor que escucha frecuentemente, su favorito?	Porcentaje de audiencia	Estación
1	Mariano Osorio	6.41%	Stereo Joya
2	Gabriel Roa	5.22%	La Z
3	Sofía Sánchez Navarro	4.14%	Digital 99
4	José Gutiérrez Vivó	3.08%	Radio Red
5	Antonio Esquinca	2.77%	Mix F.M.
6	Juan Carlos Vial Rivera (El jitomate)	2.59%	La Z
7	Antonio Zambrano (El panda)	1.94%	Radio Fórmula
8	Héctor Martínez Serrano	1.84%	Radio Centro
9	Juan Carlos Chiñas Pérez	1.24%	1030 AM
10	Arturo Macías	1.02%	La Z
11	Francisco Alanis (Sopitas)	0.94%	Stereo 97.7
12	Adolfo Fernández Zepeda	0.93%	Reactor 105.7
13	Gabriel Escamilla	0.90%	Stereo Universal
14	Rocío Brauer	0.89%	La Kebuena
15	Daniel López (El pollo)	0.88%	Stereo 97.7
16	Rosalet Estrada	0.78%	La 69
17	Jacobo Zabludovsky	0.75%	La Z
18	Eduardo Orozco (Zorro Fresa)	0.69%	Digital 99
19	Laura Rodríguez	0.69%	Mix F.M
20	Tamara Vargas	0.66%	

Fuente: Cuadro que muestra a los locutores más escuchados de acuerdo al estudio perteneciente al año 2006 realizado por la empresa BIMPSA-ISOS, transcrita íntegramente en la revista semanal TvyNovelas. No. 13, publicada el 26 de Marzo del 2007.

2.2 Características generales de Grupo Acir y Grupo Radio

Centro:

La información recabada a estos dos grupos radiofónicos es porque ambos tienen a las estaciones más escuchadas en la Ciudad de México aparte de tener a locutores muy escuchados en dicha zona entre los que destacan Toño Esquinca y Mariano Osorio.

2.2.1 Grupo Acir*

1963-1965

El 8 de Junio de 1963 el Contador Público Francisco Ibarra López adquiere XEDQ, Radio Alegría en San Andrés Tuxtla, Veracruz, aquí inicia la historia del liderazgo radiofónico de Grupo Acir.

Poco después, se suman al grupo más radiodifusoras en diversos puntos del país; XEOM en Coatzacoalcos, XEMM en Morelia, XEMIA en Guadalajara; y en el Distrito Federal XEL Radio Capital, XEFR Radio Felicidad, XEVOZ Radio Voz.

En 1965 con la unión de estas primeras emisoras se funda la Asociación de Concesionarios Independientes de Radio (Grupo Acir).

Los anuncios, entradas y salidas de las canciones se grababan en disco de vinil con alma de aluminio y se reproducían en tornamesas.

Se empieza a combinar su uso con los cartuchos.

1966-1969

*Grupo Acir. Página Web: www.grupoacir.com.mx Consulta: Junio del 2010. Link: www.grupoacir.com.mx/quienes_somos.php

Se contaba con 22 emisoras, entre propias, administradas y afiliadas; y con la mística de trabajo que hace diferente al grupo; dar un servicio integral de ventas, programación, ingeniería y asesoría legal a todas sus emisoras.

1970-1974

Se suma al grupo XHSH Radio Amistad, primera estación en FM. de Grupo Acir en el Distrito Federal.

1975-1979

Se crea el Grupo Acir Nacional, la primera empresa comercializadora y de servicios radiofónicos en el país.

1980-1983

En 1983, XEL-AM Radio Capital es la primera estación en tocar discos compactos en el Distrito Federal.

1984-1985

Acir se convierte en el primer grupo radiofónico en tener 140 emisoras en todo el país, con la compra de 7 emisoras en importantes plazas del interior como son Ciudad Delicias, Puebla, Puerto Vallarta y Villa Hermosa.

En ese mismo periodo se crea Radio Comunicación Humana, primera agencia de noticias e información radiofónica en toda Latinoamérica; precursora actual de Acir Noticias.

1986-1987

Se funda Acir Sat, primer sistema de enlaces radiofónicos vía Satélite que transmite a las principales ciudades de La República Mexicana, lo que pone al grupo a la vanguardia en tecnología.

1988-1989

El 11 de Enero de 1988 inicia transmisiones el programa: Espacio Deportivo, programa de información y polémica deportiva, lo que hace al grupo líder en el ramo deportivo en radio.

El 1 de Junio de 1989 inicia sus transmisiones: Panorama Informativo, esto de manera simultánea en el 1260 de AM y 95.3 de FM, es primer combo de un informativo en la radio mexicana y el primer noticiario de larga duración a nivel nacional en más de 70 estaciones en las principales ciudades del país.

Se incorporan a Grupo Acir tres importantes estaciones, en Cancún, Mérida y Valladolid.

1990-1992

Acir es el primer grupo radiofónico en utilizar la unidad móvil con equipo conectado vía satélite, esta tecnología es inaugurada en una transmisión a nivel nacional desde Hermosillo, Sonora.

En 1992 se produce el último acetato tradicional para música y se inicia la edición masiva de discos compactos.

1993-1995

En 1993 se adquieren 3 estaciones de Frecuencia modulada en el Distrito Federal.

Acir es el primer grupo radiofónico en utilizar el telepuerto digital único en el mundo para control, supervisión y transmisión fidedigna y exacta de todos los spots y programación, así como transmisión vía satélite simultánea y en tiempo real a todas las emisoras del grupo a nivel nacional.

1996-1999

Acir es el primer grupo radiofónico en lograr una asociación con otro grupo radiofónico líder a nivel mundial en 1998: "Clear Channel", el cual ha aportado nuevas formas de hacer una radio más dinámica y con quienes han compartido importantes historias de éxito.

En 1999 se incorporan al grupo emisoras de Pachuca, Puebla y Toluca.

2000-2002

Grupo Acir opera más de 160 estaciones en 27 de los 32 estados del país. De esta manera se convierte en el primer grupo radiofónico en utilizar como sistema central, la avanzada tecnología de Prophet Systems y Dinesat que permite llevar un registro absoluto de todo lo transmitido con respaldo instantáneo anti-errores automatizando todas las emisoras del país.

También se convierte en el único grupo de radio en llevar a cabo la transmisión consecutiva de seis campeonatos mundiales de fútbol: Sudáfrica 2010, Alemania en 2006, Corea/Japón en 2002, Francia en 1998, Estados Unidos en 1994, Italia en 1990.

2003

La Organización transparencia Mexicana y consulta Mitofsky reconoce a Grupo Acir como la empresa de medios de comunicación radiofónicos número uno en prestigio y reputación de México.

Se lanzan en el DF. dos formatos especializados las 24hrs. 88.9 Noticias en FM y la 1260 AM, perfilados a las mujeres.

Grupo Acir alcanza el 25% de audiencia a nivel nacional, siendo que a la fecha, uno de cada cuatro mexicanos escucha una de las emisoras del grupo.

En Abril del 2003 inicia la transmisión del Programa "Toño Esquinca y la muchedumbre".

2004

Se inicia el servicio de radio tráfico total en la Ciudad de México y Monterrey, con un innovador sistema. Además se exporta este servicio a las ciudades de San Diego y Atlanta en los Estados Unidos.

En 2004 se efectúan los dos primeros megaconciertos gratuitos en el Zócalo capitalino con una afluencia de más de 120 mil personas en cada uno; logrando en ambos el récord de los eventos con mayor convocatoria en la historia de la radio en México.

2005

Durante todo el 2005 Grupo Acir celebró el 40 aniversario, consolidando su presencia a nivel nacional, uno de cada tres mexicanos escucha a Grupo Acir, confirmando así el Liderazgo Nacional en Radio.

El 16 de Abril de 2005, la estación Amor 95.3 de FM. y Digital 99.3 FM. se unieron para realizar el tercer megaconcierto radiofónico; con una asistencia de casi 130,000 personas (superando las marcas de los Megaconciertos anteriores).

El 30 de Octubre de 2005, se realiza el cuarto megaconcierto, rompen por cuarta ocasión los récords, convocando a más de 130,000 personas, siendo el evento con mayor convocatoria de la radio en México.

2006

Se moderniza la infraestructura tanto tecnológica como administrativa con la incorporación de los sistemas: Dinesat Radio, Hardata DHX Radio y Sap, los cuales optimizan los procesos tanto internos como de transmisión y monitoreo.

Conjuntamente se logra consolidar la innovadora idea de: la Ciudad de la Radio, que es un complejo donde se encuentra la planta de transmisión punta de lanza en tecnología, funcionalidad y seguridad número uno en todo el mundo.

Es creado el concepto Atmósfera VIP para dar un nuevo y mejor servicio a los anunciantes con: Valor, Innovación y Productividad.

Nuevamente se rompe el récord de asistencia de años anteriores con el megaconcierto.

Consulta Mitofsky y Transparencia Mexicana reconocen a Grupo Acir en el índice de reputación empresarial como la empresa de medios masivos de comunicación e información número uno en prestigio y reputación en México.

2007

Grupo Acir sigue siendo propiedad del Contador Público Francisco Ibarra López, bajo la dirección de su hijo Antonio Ibarra Fariña.

Para servir a los anunciantes y a la audiencia incursionan en tecnologías alternas de comunicación, como los mensajes celulares, sistemas computarizados de recepción y retroalimentación de mensajes telefónicos y las estaciones de La Ciudad de México en línea vía internet con un crecimiento exponencial en las páginas visitadas.

El 15 de Junio, Corporación Puebla de Radiodifusión de Grupo Acir, se convierte en Grupo Acir Puebla sumando a sus cuatro emisoras originales la XHRC 91.7 FM.

2008

Acir mantiene como su slogan “Líder nacional en radio”, por la cantidad de estaciones que posee a nivel nacional.

En Febrero con la presencia del Presidente de la República el Lic. Felipe Calderón, en el Museo de Antropología e Historia, se inician los trabajos de Fundación Acir, que nace como una asociación civil para generar un impacto social positivo a través de la difusión y apoyo a programas que fortalezcan la educación, los valores y el rescate del patrimonio histórico y cultural de México.

Se moderniza la estación de radio lúdica en el parque infantil Kidzanía de la Ciudad de México.

2009

Grupo Acir, vende 22 estaciones, sobre todo de AM, en diferentes ciudades del país, para recomprar las acciones que la estadounidense Clear Channel tenía en la empresa mexicana.

2010

La empresa radiofónica Sirius XM notifica la firma de una carta de intención con Grupo Acir de México, para llevar el servicio de la radio digital directa por satélite al sur frontera de la frontera del país.

Ésta es una de las tecnologías de comunicación que podrían empezar a operar en México en un futuro cercano, este servicio actualmente sólo lo proporcionan las empresas estadounidenses: Sirius XM y Worldspace.

Actualmente Grupo Acir cuenta en el Distrito Federal con siete estaciones radiofónicas divididas de la siguiente manera*:

De Frecuencia Modulada cuatro:

Estaciones de Frecuencia Modulada

Panorama	88.9 F.M.
La nueva amor	95.3 F.M.
Digital 99	99.3 F.M.
Mix F.M.	106.5 F.M.

Y tres en la banda de Amplitud Modulada:

Estaciones de Amplitud Modulada

Radio Felicidad	1180 A.M.
Radio Acir	1260 A.M.
Radio Tráfico	1590 A.M.

*Cuadros realizados por el autor de esta tesis con los datos obtenidos el mes de Junio del 2010 de la Página Web: www.grupoacir.com.mx

Dentro de las personalidades que han colaborado en Grupo Acir pueden mencionarse a destacados periodistas de política, de deportes, críticos de cine, deportistas, doctores reconocidos, personalidades del mundo del espectáculo, tales como: Guillermo Ochoa, Alejandro Villalvazo, Ricardo Rocha, Julieta Lujambio, Carlos Loret de Mola, Leonardo Kourchenko, Víctor Trujillo con el personaje de Brozo, Alejandro Cacho.

En el ámbito deportivo a: Jorge Pietrasanta, Antonio de Valdés, Pepe Segarra, Arturo Rivera, Anselmo Alonso, Raúl Sarmiento, Ciro Procuna, Pepe Espinoza (q.e.p.d.), deportistas como el tenista Leonardo Lavalle.

Especialistas como: Anabel Ochoa (q.e.p.d.); críticos de cine como: Alfredo Gudini, artistas del mundo del espectáculo como: Isabel Lascuráin (integrante del exgrupo Pandora), César Costa.

Personalidades destacadas únicamente en radio como: Jorge Lapuente, Isabel Angulo, Sofía Sánchez Navarro (ocasionalmente también en TV.), Javier Poza (ocasionalmente también en TV.), Toño Esquinca, Patricia Velasco, Mónica López, Rocío Velázquez, Agustín Jiménez, Teresa Eugenia Bermea Ortiz (ocasionalmente también en TV).

De los programas más exitosos de Grupo Acir puedo mencionar: “Luna Azul” con Jorge Lapuente (de la estación Azul 89); “Friend’s Conexión” con Sofía Sánchez Navarro (de la estación Digital 99), “Huevos” con la misma locutora y en la misma estación, “Panorama Informativo” con destacados periodistas como Guillermo Ochoa, Alejandro Cacho, Julieta Lujambio, Iñaki Manero, Alejandro Villalvazo, etc. (por el 88.9 de F.M.), “Espacio deportivo”, con destacados periodistas del ámbito deportivo como: Jorge Pietrasanta, Antonio de Valdés, Pepe Segarra, Arturo Rivera, Anselmo Alonso, Raúl Sarmiento, etc. (por el 88.9 de F.M.).

2.2.2 Grupo Radio Centro (GRC)*

Los orígenes del Grupo Radio Centro en la radiodifusión se remontan a más de 45 años, su fundador Francisco Aguirre Jiménez inició actividades en 1946.

1952

El señor Francisco Aguirre funda Organización Radio Centro como único propietario de dos estaciones radiofónicas: Radio centro y radio éxitos.

1965

El señor Aguirre funda la Organización Impulsora de Radio como representante de ventas a nivel nacional de estaciones afiliadas en el interior del país.

1973

Establece tres estaciones de F.M. en la industria radiofónica en México.

1974

“El 2 de septiembre inicia transmisiones Monitor e inaugura el formato de noticieros largos en la radio mexicana, conducido por Mario Iván Martínez y Gutiérrez Vivó fungía como gerente de información de Radio Red³⁰; que en aquel entonces dichas frecuencias de Radio Red eran concesiones de Clemente Serna Alvear.

1978

“En Abril, el periodista Gutiérrez Vivó se hace cargo del espacio matutino de Monitor, que comenzó a revolucionar la radio al incluir comentarios, opiniones especializadas y efectos de sonido que enriquecían la producción”³¹.

*Grupo Radio Centro. Página Web: www.gruporadiocentro.com.mx Consulta: Junio del 2010. Link: <http://radiocentro.com.mx/historia>. Y de la publicación mensual Etcétera No. 82, Agosto del 2007.

³⁰ Islas Reyes, Laura. Monitor, sus matices. Etcétera. Edición agosto 2007. Número 82. pp. 13-14

³¹ Ibid. p. 14

1979

La señora María Esther Gómez de Aguirre asume la Presidencia del Consejo de Administración de Grupo Radio Centro.

1983

Grupo Radio Centro inicia transmisiones en el extranjero.

1986

Es creada la Cadena Radio Centro (CRC) para proveer programación y representación de ventas a las estaciones de radio afiliadas dando servicio a la población de habla hispana en los Estados Unidos.

1993

Las oficinas generales del Grupo se ubican en el nuevo edificio de su propiedad (del señor Aguirre), en Avenida constituyentes del Distrito Federal, el llamado Trébol Radio Centro. Se incluye dentro de las instalaciones lo más avanzado en red de telefonía y computación, así como un sofisticado equipamiento radiofónico digital, haciendo de éste un edificio inteligente.

1994

Es cancelado el servicio que daba Cadena Radio Centro (CRC) a Estados Unidos, brindándolo únicamente (se daba desde 1986) a nivel nacional. Y se realiza una inversión en Heftel Broadcasting (empresa de radiodifusión de Estados Unidos, cuyo apellido de los propietarios es Heftel).

“En ese mismo año el señor Francisco Aguirre adquiere Radio Red A.M., Radio Red F.M., y Alfa F.M., en el Distrito Federal y también XEDKR A.M., de Guadalajara”³².

1995

Grupo Radio Centro vende su inversión de Heftel.

³² Monitor en la historia.s/a, Etcétera. Edición agosto 2007. Número 82. p. 14

Es creado el programa radiofónico de revista “Mariano en las mañanas”, en el que se le diseña un espacio al locutor Mariano Osorio, en el cual tiene mucho mayor intervención en la emisión de mensajes.

1997

Este año es sobresaliente por el incremento en ventas derivadas de publicidad a partidos políticos, así es como se elevan las utilidades de Grupo Radio Centro.

1998-1999

“Grupo Radio Centro llega a un acuerdo con Gutiérrez Vivó para que Monitor transmita por Radio Red. El acuerdo al que llegan es que: a) tendrá vigencia hasta 2015; b)Radio Centro pagará 15 millones a Infored y absorberá los costos de producción; c)ambas empresas trabajarán para desarrollar dos proyectos: Monitor Internacional y Monitor Internet; d)José Gutiérrez Vivó continuará como conductor de Monitor hasta 2003 o por un tiempo mayor si así lo decide”³³.

2000

Año de elecciones presidenciales, Grupo Radio Centro continúa superando márgenes de utilidad debido a la gran participación de los partidos políticos en la compra de tiempo aire en la radio.

En este mismo año se presenta una propuesta de asociación con Televisa, que finalmente no se concretiza.

El programa “Mariano en las mañanas” alarga sus transmisiones a siete horas los siete días de la semana modificando también su nombre a: “Hoy...con Mariano”.

³³ Ibid. pp. 14-15

2001

Como complemento a sus actividades relacionadas con la industria de la radio, Grupo Radio Centro ha dado sus pasos para expandir el campo de sus actividades en Internet y otros medios de comunicación, incluyendo televisión y medios impresos. A la fecha, la Compañía ha adquirido el “To2”, un portal de Internet y Palco Deportivo, una compañía proveedora de contenido especializado en deportes para radio, televisión, diversos medios impresos y realiza su propio portal de Internet.

“A mediados de 2001 la familia Aguirre compra la estación ondas del lago en el 690 A.M. y posteriormente la convierte en La 69. En Agosto de aquel año comienza a transmitir nuevos programas noticiosos bajo la conducción de Nino Canún y Jacobo Zabłudovsky”³⁴.

En ese mismo año “Infored contrata a José Ramón Fernández y a su equipo; así surge La Red Deportiva. Con el formato de Los protagonistas, éste presta sus servicios a Radio Centro durante un año, incluyendo la cobertura del mundial Corea-Japón 2002”³⁵.

2002

“El 9 de mayo Grupo Radio Centro es notificado que Infored inicia una demanda de arbitraje internacional por presunto incumplimiento de contrato”³⁶.

“El 15 de Julio de 2002 José Ramón Fernández y su equipo dejan Monitor. El comentarista denuncia que Grupo Radio Centro no paga sueldos desde enero del 2002 y que suman nueve millones de pesos”³⁷.

“En ese mismo año se informa que los programas periodísticos de Infored generan 35% de los ingresos publicitarios de Grupo Radio Centro”³⁸.

³⁴ Ibid. pp. 17-18

³⁵ Ibid. p. 18

³⁶ Ibid. p. 16

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

2003

Grupo Radio Centro desmiente versiones en su contra por medios de comunicación entre los que destacan: Milenio, Reforma y a periodistas como Ciro Gómez Leyva, en relación a la demanda que se le había interpuesto por parte de Gutiérrez Vivó.

2004

El 30 de enero, Grupo Radio Centro objeta la decisión tomada por la Cámara Internacional de Comercio en donde debe pagar U.S.\$21,015,778.01 por daños y perjuicios al periodista Gutiérrez Vivó; por lo que se ampara en Cortes mexicanas. El 3 de marzo, desde la una de la tarde, salen del aire los noticieros Monitor de las estaciones en el 1110 de AM y 88.1 de FM, de Grupo Radio Centro³⁹.

Meses después el Juez séptimo de Distrito “B” en Materia Civil del Distrito Federal, Salvador Martínez Calvillo declara nula la resolución determinada por la Cámara Internacional de Comercio

2005

Grupo Radio Centro hace el pago final de su préstamo que tenía con Scotiabank Inverlat, S.A., por un monto total de 84.9 millones de pesos.

2006

“En relación a la demanda que sostenía Infored con Grupo Radio Centro el 17 de Junio el Grupo afirma que: “el décimo tercer tribunal colegiado de circuito en Materia Civil del Distrito Federal publica la sentencia definitiva en su favor. Con esta decisión inapelable de la justicia mexicana, el laudo pierde toda validez”⁴⁰.

2007

Grupo Radio Centro sigue siendo propiedad del señor Francisco Aguirre Jiménez, en este año pasa como Director General su hijo Francisco Aguirre Gómez.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Ibid. p. 18

2008

Grupo Radio Centro basa más su liderazgo en la calidad de sus estaciones (mencionado por el productor Jaime Cepero) de radio a diferencia de Acir que se basa más en la cantidad.

En Junio muere la presidenta vitalicia de Grupo Radio Centro, la señora María Esther Gómez de Aguirre.

2009

El 3 de abril de 2009, Grupo Radio Centro celebró un contrato de comercialización y programación ("LMA", por sus siglas en inglés) con: Emmis Communications Corporation, una empresa de radiodifusión de los Estados Unidos. Conforme al LMA, la Compañía proporcionará programación y venderá la publicidad de la estación KMVN-FM, una estación de radio que transmite en Los Ángeles, California en la frecuencia 93.9 de FM, por un periodo de siete años. Grupo Radio Centro comenzó a proveer programación a la estación KMVN-FM el 15 de abril de 2009.

2010

El 18 de Marzo de 2010, Grupo Radio Centro renegoció la tasa de intereses a causa de un préstamo que tiene con el banco Banco Inbursa, S.A. de una tasa anual fija del 13% a una tasa anual fija del 9.5%.

Ese mismo mes la Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas, de acuerdo a una recomendación del Consejo de Administración de la Compañía, los accionistas aprobaron el pago de un dividendo proveniente de utilidades retenidas correspondientes al año fiscal de 2009 por la cantidad de \$100,000,000.00 (cien millones de pesos 00/100 M.N.)

Actualmente Grupo Radio Centro cuenta en el Distrito Federal con once estaciones radiofónicas divididas de la siguiente manera*:

De Frecuencia Modulada:

Estaciones de Frecuencia Modulada

Red F.M.	88.1 F.M.
Alfa Radio	91.3 F.M
Universal Stereo	92.1 F.M
Stereo Joya	93.7 F.M
Stereo 97.7	97.7 F.M.
La Z	107.3 F.M.

Y cinco en Amplitud Modulada:

Estaciones de Amplitud Modulada

La 69	690 A.M.
Formato21	790 A.M
Radio Centro	1030 A.M.
Red A.M.	1110 A.M
El Fonógrafo	1150 A.M.

Dentro de las personalidades destacadas de Grupo Radio Centro que han pasado y otras siguen ahí se pueden encontrar en el ámbito periodístico a: Jacobo Zabludovsky, José Gutiérrez Vivó, Sergio Sarmiento, Alberto Aguilar, Carlos Ramírez, Nino Canún, Alberto Barranco, entre otros.

En el ámbito deportivo, se pueden nombrar a reconocidas personalidades tales como: José Ramón Fernández y todo su equipo de periodistas que forman el programa “Los protagonistas”, Alfredo Domínguez Muro, etc.

Destacados únicamente en radio: Mariano Osorio, Rocío Brauer, Gabriel Roa, Enrique Rojas, Héctor Martínez Serrano, Arturo Macías (ocasionalmente también en televisión), Talina Fernández (en televisión también), Luisa Carrandi, Rocío Cordova, Enrique Aguilera (q.e.p.d.), Fernando Martínez

*Cuadros realizados por el autor de esta tesis con los datos obtenidos el mes de Junio del 2010 de la Página Web: www.gruporadiocentro.com.mx

(ocasionalmente en televisión), Adolfo Fernández Zepeda, Jorge Guzmán. Y la investigadora Doctora en Ciencias Julieta Fierro (en televisión también).

De los programas más exitosos de Grupo Radio Centro puedo mencionar: “Hoy...con Mariano”, “El Club de los Beatles”, “Palco deportivo”, “Y usted ¿qué opina?”, “De 1 a 3”, “Encuentros y desencuentros”, “Las serenatas de la Z”, “Esencia de mujer”, “Los sonidos del ayer”, “Buenos días”, “Don dinero” “Los adoloridos de la Z”, “Taliníssima”, “Ciencia 3 x 7”, entre otros.

2.3 Monitoreo a las dos estaciones de radio:

2.3.1 Stereo Joya

Entrando en la parte meramente práctica de este trabajo, fue necesario que yo hiciera un monitoreo de la programación de cada una de las dos estaciones de radio de manera general y luego particular en donde tienen su espacio los dos locutores.

Por tal motivo a continuación se muestran tablas en las cuales aparecen horarios, días, programas y locutores en turno de las 24 hrs. del día, tanto de Stereo Joya como de Mix FM.

La organización que se tuvo al hacer este monitoreo fue consultando en las páginas de internet los respectivos programas así como de los locutores, posteriormente corroborando al escuchar directamente Stereo Joya y Mix F.M.

Ésta es la programación de Stereo Joya, ubicada en el 93.7 de Frecuencia Modulada:

Programación de Stereo Joya *

Horario	Días	Programa	Locutor
00:00 a.m. a 5:00 hrs.	Lunes a Domingo	Noches Románticas de Stereo Joya	Román Ariel Naal
5:00 a.m. a 6:00 hrs.	Lunes a Sábado	En Concierto *	Voz de algún artista
6:00 a.m. a 13:00 hrs.	Lunes a Domingo	Hoy...con Mariano	Mariano Osorio
13:00 p.m. a 18:50 hrs.	Lunes a Domingo	Tardes de Stereo Joya	Jesús Zúñiga
18:50 p.m. a 19:50 hrs.	Lunes a Sábado	En Concierto	Voz de algún artista
19:50 p.m. a 20:00 hrs.	Lunes a Viernes	Narración: Mariano Osorio	Mariano Osorio
20:00 p.m. a 24:00 hrs.	Lunes a Domingo	Esencia de Mujer	Rocío Brauer

2.3.2 Mix F.M.

La siguiente tabla muestra de manera general la programación de la estación Mix FM. ubicada en el 106.5 de Frecuencia Modulada:

Programación de Mix FM*

Horario	Días	Programa	Locutor
00:00 a.m. a 6:00 hrs.	Lunes a Viernes	Música de los 80, 90 y más	Sin Locutor *
6:00 a.m. a 11:00 hrs.	Lunes a Viernes	Toño Esquinca y la Muchedumbre	Toño Esquinca
11:00 a.m. a 15:00 hrs.	Lunes a Viernes	No tiene nombre el programa *	Patricia Velasco
15:00 p.m. a 20:00 hrs.	Lunes a Viernes	No tiene nombre el programa	Mariana Alberico
20:00 p.m. a 24:00hrs.	Lunes a Viernes	No tiene nombre el programa	Javier Delgado

*Monitoreo del autor de esta tesis a Stereo Joya, Junio 2009

*En esta sección programan música de algún artista en específico durante toda la hora y emiten comentarios del propio artista.

*Monitoreo del autor de esta tesis a Mix F.M. Junio 2009

*De lunes a viernes y fines de semana que aparecen sin locutor, están diseñados de tal manera que programan solamente música continua con sus respectivos comerciales, en esos horarios no hay locutores.

*En estos horarios no manejan nombre de programa, al tener esa duda se envió un e-mail a una de las locutoras (Patricia Velasco) en turno de los programas que no tienen nombre y respondió a través de la misma vía que no tenía nombre su programa; hay secciones, pero en sí, no hay nombre, la fecha en las que me respondió mi correo fue el 13 de septiembre del 2007.

El sábado y domingo cambian las programaciones, por tal motivo se describe a continuación*:

Sábado

Horario	Días	Programa	Locutor
00:00 a.m. a 6:00 hrs.	Sábado	Música de los 80, 90 y más	Sin Locutor
6:00 a.m. a 11:00 hrs.	Sábado	Lo mejor de Toño Esquinca y la Muchedumbre	Toño Esquinca
11:00 a.m. a 14:00 hrs.	Sábado	No tiene nombre su programa	Patricia Velasco
14:00 p.m. a 17:00 hrs.	Sábado	No tiene nombre su programa	Mariana Alberico
17:00 p.m. a 20:00 hrs.	Sábado	No tiene nombre su programa	Javier Delgado
20:00 p.m. a 24:00 hrs.	Sábado	Remix	Sin Locutor

Domingo

Horario	Días	Programa	Locutor
00:00 a.m. a 11:00 hrs.	Domingo	Música de los 80, 90 y más	Sin Locutor
11:00 a.m. a 14:00 hrs.	Domingo	No tiene nombre su programa	Patricia Velasco
14:00 p.m. a 17:00 hrs.	Domingo	No tiene nombre su programa	Mariana Alberico
17:00 p.m. a 20:00 hrs.	Domingo	No tiene nombre su programa	Javier Delgado
20:00 p.m. a 21:00 hrs	Domingo	Estelares de Polimarch	Sin locutor

*Monitoreo del autor de esta tesis a Mix F.M., Junio 2009

2.4 Monitoreo a los dos programas radiofónicos:

2.4.1 “Hoy...con Mariano”

El programa de Mariano Osorio se transmite todos los días, siete horas, esto hace que deba tener variedad para seguir en el gusto de su público principalmente los fines de semana, de otra manera si fuera lineal la programación caería en lo aburrido y monótono.

Para la organización de este monitoreo se comenzó desde la consulta de la página de internet de la estación Stereo Joya, más específicamente en la parte del programa de Mariano Osorio, posteriormente se pasó a la consulta directa escuchando la estación en el horario correspondiente a “Hoy... con Mariano”.

A continuación se presenta horario y cada una de las secciones del programa, así como una breve descripción*:

Programa "Hoy...con Mariano"			
Horario	Días	Sección	Resumen de sección
6:30 a.m.	Lunes a Domingo	Nota del día	Resumen de noticias nacionales e internacionales en cuatro minutos.
7:00 a.m.	Lunes, Martes y Miércoles	Ecos de colorín	Espacio dedicado a los niños. Interacción con los niños mediante chistes, adivinanzas, etc.
7:00 a.m.	Jueves y Viernes	Cuento infantil	Se lee un breve cuento infantil.
7:30, 8:30 y 9:30 a.m.	Lunes a Viernes	Noticentro	Se informa de lo más relevante a nivel nacional.
8:00 a.m. y 11:00 a.m.	Lunes a Viernes	Mariano en tu vida	Sección en la que Mariano Osorio da consejos de cómo vivir mejor.
8:40 a.m.	Lunes a Viernes	Palco deportivo	Espacio en el que da a conocer notas deportivas por el especialista Alfredo Domínguez Muro y a la vez son analizadas con Mariano Osorio.
9:45 a.m.	Lunes a Viernes	La narración	Sección en la que se leen fragmentos de libros exitosos, y a su vez corta y deja (Mariano) en suspenso la continuación para el siguiente día.
11:30 a.m.	Lunes a Jueves	La voz de los expertos	Van especialistas a responder preguntas que les hace Mariano de su área.
12:00 p.m.	Lunes a Viernes	La miniserie	Mariano narra la biografía de algún personaje de la historia que mediante sus actos obtuvo logros importantes para los pobres o desprotegidos como Gandhi, la madre Teresa de Calcuta, por mencionar a algunos.
12:50 p.m.	Lunes a Sábado	Resumen de noticias	En aproximadamente siete minutos se da un resumen de noticias de lo último a nivel nacional e internacional.

*Monitoreo del autor de esta tesis al programa "Hoy... con Mariano", Junio 2009

Programa "Hoy...con Mariano"			
Horario	Días	Sección	Resumen de sección
8:00 a.m.	Sábados	Rescate 93.7 F.M.	Segmento en el que se brinda información útil para casos de emergencia como primeros auxilios, esta sección la dirige el Licenciado en enfermería y obstetricia Felipe Hernández Jiménez.
9:00 a.m.	Sábado y Domingo	Reflexión	Espacio en el que Mariano nos hace reflexionar sobre cuestiones de la vida.
9:15, 10:00 y 10:45 a.m.	Sábados	Colorín colorado	Sección dedicada al público infantil en la que se tratan chistes, adivinanzas, colmos y cuentos.
10:45 a.m. a 11:30 a.m.	Sábados	Colorín colorado	Segundo tiempo de la sección anterior.
11.34 a.m.	Sábados	Cineteca	Espacio en la que se recomiendan películas de la cartelera.
12:00 p.m.	Sábados	Casinni Tips	Sección en la que Alfredo Casinni da recomendaciones de belleza.
Domingo*			

2.4.2 “Toño Esquinca y la muchedumbre”

Este programa es transmitido de lunes a viernes, las secciones son menos y más identificadas por su corto horario comparado con el programa de Osorio, a continuación se describen dichas secciones* :

Para la organización de este monitoreo se comenzó desde la consulta de la página de internet de la estación Mix F.M., más específicamente en la parte del programa de Toño Esquinca, posteriormente se escuchó la estación en el horario correspondiente a “Toño Esquinca y la muchedumbre”.

*De acuerdo al productor de Stereo Joya Jaime Cepero el día domingo programan variadas secciones, para salir un poco con lo predecible.

*Monitoreo del autor de esta tesis al programa “Toño Esquinca y la muchedumbre”, Junio 2009.

Programa "Toño Esquinca y la Muchedumbre"

Horario	Sección	Resumen de sección
6:00	Horóscopo	Sección en donde el locutor lee el horóscopo
7:30	La pregunta del día	Toño lanza al aire una pregunta que tenga que ver con vivencias de los años 80 y 90, lo que le permite interactuar con su público.
8:30	Misteriosa canción de los 80	Sección en la que se le pone un pedacito de una canción al público para que participe adivinando el nombre de dicha canción de la década de los 80 y así ganar un premio denominado paquetón.
9:00	¡Grítalo!	Sección en la que Toño deja que el auditorio llame y diga lo que quiera en 30 segundos, sin interrupción alguna.
9:30	Frases del día	Parte en la que Toño lee frases célebres, importantes para reflexionar acerca de variados temas, y deja que su auditorio participe aportando frases.
9:30 a 10:00	Canción ochentera	Sección en la que Esquinca pone un pedazo de una canción de los 80, menciona el título de la canción y horario aproximado en la que va a pasar en el resto del día, y quien se comunique a la hora que pasará dicha canción y diga el nombre de la misma ganará mil pesos.
10:00	Mentes brillantes	Espacio en el que el locutor lee la filosofía de vida de alguna persona que haya trascendido en alguna empresa importante o en la historia de la humanidad.
10:30	Recuerdo total	Sección en la que el auditorio llama a la estación para localizar a personas con las que estudió primaria, secundaria o cualquier otro grado, dejando sus datos de correo electrónico para la posible localización.
11:00	La canción feliz	Parte en la que Toño, el público o sus compañeros de trabajo participan cantando un mantra el cual dice en español: "que la felicidad reine en mí y en los que me rodean"

Todas estas secciones van combinadas con música de los 80, 90 y más.

2.5 Los líderes de opinión en la Radio Mexicana, dos casos:

2.5.1 Mariano Osorio (Stereo Joya)

Mariano Osorio originario de Veracruz proveniente de una familia humilde pero con valores muy arraigados como la honestidad y ante todo el apego al trabajo y a la preparación. A los cinco años de edad muere su papá, situación que orilló a la familia a reorganizarse, su mamá emigra a Tula, Hidalgo en busca de trabajo y de un lugar propio en el cual vivir.

Dentro de este cambio de establecimiento Mariano se lleva un viejo radio del tamaño de un tostador (en ese entonces no eran tan pequeños como hoy), el cual cuidaba mucho, era su acompañante mientras su mamá trabajaba, es decir, se refugió en la radio.

A los seis años de edad Mariano Osorio ya se había dado cuenta que su gusto por la radio era muy grande, y esto lo ve como su primer gran regalo que le da la vida, en ese entonces mientras sus compañeros de escuela se dedicaban a ver televisión o a hacer otro tipo de actividades propias de su edad él llegaba de la escuela y escuchaba radio y fue así como le empezaron a surgir dudas de todo tipo.

Pero todas estas inquietudes y cuestionamientos eran porque gran parte de su atención en el día era escuchar diferentes tipos de locutores, radionovelas, comerciales, noticias, programas de concursos, programas musicales, escuchar las estaciones de la Ciudad de México que llegaban al lugar donde vivía y más aún las que su aparato receptor captara.

Esto lo fue llevando a tomar con mayor decisión y seguridad el rumbo de su vida para contestarse esas interrogantes y que en la actualidad le siguen surgiendo (declarado por Mariano)⁴¹.

⁴¹ Historias engarzadas. Conducido por Mónica Garza. Transmitido por canal 13. Televisión abierta. 9 Junio de 2007 a las 21:00 hrs.

A finales de la década de los setenta cuando el hoy locutor tenía entre trece y catorce años su mamá conoce en su lugar de trabajo a un hombre llamado Alfredo Rodríguez con quien mantiene una relación sentimental y a quien en un principio Osorio ve con recelo, no quería que nadie ocupara el lugar de su padre (comentado por la señora Sandra Murillo)⁴².

Con el tiempo Mariano y Alfredo logran llevarse muy bien y rápidamente Mariano se convierte en el orgullo de la nueva pareja de su mamá, sus diversiones mutuas eran muy sanas, solamente que a los dos años de estar con su madre muere Alfredo de un coma diabético.

A esas alturas de su vida Mariano toma ya responsabilidades del hombre de su casa a pesar de que su mamá sólo le exigía su preparación en la escuela, esto lo llevó a empezar a trabajar de diversas cosas como desde envolver productos en un supermercado, lavar carros, fue ayudante de plomero, de pintor, de rotulista a pesar de que la señora Sandra le decía que su única obligación era prepararse, estudiar, nadie lo iba a hacer por él; pero con el objetivo bien trazado compaginó las dos actividades de trabajar y estudiar.

Su primera gran llave para entrar al mundo de la radio fue un locutor llamado Silvino Mera el cual se enteró a través de un vecino conocido por ambos que había un joven quien anhelaba ser locutor y quería estudiar Comunicación.

Fue así como Silvino va a tocar a la casa de Mariano y él abre y le comenta que le habían asignado un programa en donde el señor Mera estaba solo y él sabía de la existencia de una persona deseosa de trabajar en radio, pero no había sueldo y a palabras de su hermana Sandra Luz Osorio todavía no terminaba de comentarle el señor Mera cuando Mariano le contestó: sí⁴³.

La labor de Mariano en ese programa era recabar información y a cambio aprendió a realizar guiones y de vez en cuando le daba permiso el señor Silvino de tomar el micrófono para realizar las entradas del programa, de ahí lo

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

empezaron a escuchar y a llamar de diferentes lugares hasta lograr ser la voz oficial de la estación, aunque su destino no era desarrollarse en Hidalgo.

A los diecisiete años estando en Tula fue el momento cuando por primera vez pisó una cabina de radio, para trabajar en la única estación gubernamental que existía en el lugar y de ahí emprendió su talentosa aventura por la radio.

Sus dos grandes objetivos que tenía trazados desde muy chico eran: ser locutor y estudiar comunicación.

Razones que lo llevan nuevamente a emigrar pero ahora a la Ciudad de México en 1987, en donde estudia la carrera de comunicación en la Universidad del Tepeyac.

Una vez entrando al nivel superior organizó sus actividades de tal manera que no descuidara la escuela y tampoco se alejara de la radio, entre semana se dedicaba a sus estudios y los sábados y domingos seguía trabajando en la estación de Tula.

Su aspiración por llegar a trabajar en uno de los grupos radiofónicos más importantes del país lo llevó a tocar diversas puertas; en donde lo hizo por primera vez fue en Grupo Radio Centro en el cual le negaron el trabajo.

En la búsqueda por un trabajo más sólido y estando en la Ciudad de México, Osorio continuó tocando puertas y donde se le presenta la primera oportunidad es en una estación cultural de Amplitud Modulada llamada ABC radio, la estación de la palabra, ahí solamente transmitían cápsulas de especialistas en diversos temas, él desempeñaba la función de asistente de producción para posteriormente pasar al área de noticias.

Para llegar a ese lugar tuvo que pasar un proceso bastante complicado combinando lo académico con lo laboral. No obstante la suerte le sonríe y en la Universidad conoce al Director de la carrera de Derecho Carlos Peláez quien le reconoce su excelencia y es el enlace para conocer a Martha Sosa y Tere Vale.

Ellas dos ocupaban puestos muy importantes dentro de ABC radio, la primera era Directora General y la segunda Directora de Producción.

Martha Sosa y Tere Vale de inmediato reconocen el talento de Mariano por su gran voz, creatividad, entusiasmo y ganas de trabajar, sólo que en ese momento no obtuvo el puesto de locutor, sino de asistente de producción que era la vacante que tenían.

Esa oportunidad fue muy bien aprovechada por Mariano. Por las labores que realizaba le empiezan a llegar oportunidades, la siguiente se le presenta cuando la voz institucional de ABC Radio Agustín López Zavala muere. En aquella ocasión no la deja escapar y ocupa el puesto de locutor.

Al seguir su recorrido por ABC Radio pasa a formar parte del grupo de noticias de la estación teniendo como jefe a Pedro Ferríz Santa Cruz quien al poco tiempo abandona la estación para irse a trabajar a otra empresa quedando la periodista María Elena Cantú al frente de ese espacio vespertino.

Dentro de las expectativas del Director de noticias de ABC Radio, Carlos Marín contemplaba a un compañero para la periodista María Elena Cantú y es cuando se piensa en Mariano, aunque Marín no ve tan bien esa propuesta por la poca experiencia de Osorio.

A palabras de Mariano en el programa “Historias engarzadas” mucha gente se decepcionó al igual que sus invitados al verlo tan joven, un ejemplo de esto fue cuando tuvo a Porfirio Muños Leoz quien se sorprendió al ver al pequeño Osorio que lo iba a entrevistar.

Estos puntos los fue contrarrestando con otros dos a su favor, uno era su gran carisma para ganarse a la gente invitada y el otro su previa preparación antes de realizar sus entrevistas.

Las mismas inquietudes que se le iban presentando lo iban llevando a reflexionar mucho acerca del acontecer nacional y para él era cruel lo que estaba pasando en la década de los noventa y más aún tener que informarlo.

Esto lo fue llevando a querer equilibrar no a negar ni mucho menos a desinformar, pero ese querer lograr ese objetivo, no le iba a ser posible teniendo como Director a Carlos Marín, ahí se decían las noticias duras y crueles tal cual sucedían en ese momento.

Es en ese momento en el que su grupo de trabajo de noticias de Tere Vale al que pertenecía Mariano deciden dejar la estación, ya en ese entonces Osorio hacía mancuerna en las mañanas con Tere Vale y en las tardes con María Elena Cantú con quien inició, por lo que se estaba ya convirtiendo en el locutor por excelencia del grupo.

En esta separación es cuando gente de alto peso del grupo le piden a Mariano quedarse con ellos entre estos se encontraban el Director Artístico, el Gerente de la estación de Stereo Joya, el Director de Operaciones y finalmente el Director General y Accionista mayoritario de Grupo Radio Centro Carlos Aguirre y a todos les responde Mariano que no.

Al ver ya constatado su potencial y con el afán de retenerlo surge la propuesta en 1995 de crearle un programa propio de seis a diez de la mañana de lunes a viernes personalizado con el nombre “Mariano en las mañanas”; dicha propuesta fue ya muy tentadora para Osorio.

El contexto que se vivía en México en 1994 era de incertidumbre; varios acontecimientos muy importantes a nivel nacional dejaban notar su presencia; por consecuencia era muy fácil encontrar gente deprimida por lo que estaba enfrentando el país. “El surgimiento de los zapatistas, del sub comandante Marcos, el asesinato de Colosio y el error de Diciembre”⁴⁴, estos tres elementos llevaban hacia una gran inestabilidad del país, por lo que era común encontrar

⁴⁴ Vázquez, Nurvarit. Comparte Mariano la clave de su éxito. El Metro. México 3 Marzo 2007. p.42

gente con emociones negativas y con un gran cúmulo de información del mismo tipo por todos lados.

Esa situación motivó a Osorio para la aceptación de ese nuevo proyecto, se pretendía un espacio en el cual él pudiera proyectar algo distinto, diferente al bombardeo de información que acontecía en el país. Él quería llegar a la gente de manera positiva y de cierta manera esto lo iba a conseguir aceptando la propuesta ofrecida.

Y es en este momento en la que se encuentra ante dos decisiones de su vida: la primera era continuar con su grupo de trabajo con quien había crecido y había tenido la oportunidad de darse a conocer y la otra arriesgarse al nuevo proyecto con el cual podía crecer más ó simplemente no pegar, las condiciones ofrecidas eran muy favorables para él tanto profesional como personalmente, y por ello es que decide tomar ésta última propuesta.

Y por supuesto que reacciones de sus amigos como la misma Tere vale, Nicolás Alvarado, Moisés Palacios, Manuel Trueba entre otros que realmente conocieron el proceso por el que Mariano atravesó avalan esa decisión tan importante y acertada que tomó en aquel entonces y más aún en la actualidad conociendo los alcances y logros que ha tenido el locutor.

Pero Stereo Joya se caracterizaba por ser una estación de genero musical, y una vez Mariano dentro de la estación y con programa propio le seguían surgiendo inquietudes de querer seguir haciendo cosas diferentes, algo nuevo y con sello personalizado por lo que el nuevo programa “Mariano en las mañanas” no sólo iba a transmitir música, sino lo iba a combinar con espacios noticiosos y más contenido.

Desde el inicio de ese programa Osorio ya dejaba ver dentro de la estación que él quería estar frente al micrófono emitiendo comentarios suyos y con tiempo suficiente.

Fue cuando el locutor de Stereo Joya pensó darle algo distinto a la gente “Busqué el espacio para leerle un cuento a los niños, un espacio para hacer una reflexión que tuvo tanto éxito que ya se inicio con una colección de los discos; empecé a leerle libros a la gente y a proponer cosas que en ese entonces no había en la radio y lo demás fue bien aceptado, fue creciendo y se combinó con música, noticias”⁴⁵, platicó Mariano Osorio.

Con el tiempo va consolidándose “Mariano en las mañanas” y es cuando en el año 2000 Mariano plantea estar siete horas de lunes a domingo, y al mismo tiempo queriendo actualizar cambia también el nombre del programa a: “Hoy...con Mariano” dando mucho más contenido en su programa y metiéndole más secciones y con más comentarios desde primeros auxilios, noticias, espectáculos, reflexiones y leyendo fragmentos de libros, entre otras secciones más.

Mariano encontró ese crecimiento que lo ha llevado a ser el locutor número uno, el incremento de tiempo en el micrófono lo acercó para estar más en contacto con la gente y a palabras del mismo Mariano el éxito de este programa lo atribuye a su gusto por escuchar y ver a la gente.

De acuerdo al programa “Historias engarzadas”, que se transmitió el 9 de Junio del 2007 a las 21:00 hrs. por el canal 13, conducido por Mariana Garza se dejaron escuchar diferentes voces de sus competidores, aquí retomo algunas:

Tere Bermea que desde 1978 trabaja en medios de comunicación opina lo siguiente: “Yo lo respeto y reconozco como competencia porque manejamos la misma línea”⁴⁶.

Locutor del programa “El mameluco” y conductor de programas de televisión como “Tempranito” y “Ventaneando” Daniel Bisogno comenta con respecto al locutor de Stereo Joya: “Es un dolor de cabeza competir en rating con Mariano

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Historias engarzadas. Conducido por Mónica Garza. Transmitido por canal 13. Televisión abierta. 9 Junio de 2007 a las 21:00 hrs.

Osorio porque tiene muy estudiado al público al que va dirigido y tiene muy estudiado lo que le gusta a su público.

Hace que la gente crea lo que Mariano Osorio les está diciendo, y así sea una mentira la gente se lo va a creer, creo que Mariano es un líder de opinión en toda la extensión de la palabra.

Jessie Cervantes locutor de la estación Exa FM quien conduce un programa llamado “La papaya” junto con Alfonso Vera y Nemesio aunque no es competencia directa porque hacen cosas diferentes en la radio opina esto: “Mariano tiene un rating muy alto, muy fuerte, muy sólido en las mañanas, yo lo veo como alguien que hace muy buen trabajo en las mañanas. Yo más que estrella diría que es una figura dentro de la radio”⁴⁷.

Actor, conductor del programa de televisión “Es de noche y ya llegué” y del programa radiofónico “La taquilla” René Franco opina lo siguiente: “Yo diría que Mariano es casi casi (sic) un genio, de alguna manera sabe lo que le gusta a las mujeres a esa hora; si se ven los niveles de audiencia de Mariano Osorio se va a ver que el hombre es realmente fuertísimo, pero realmente fuerte.

Mariano Osorio es una estrella de la radio en México definitivamente.

Mariano Osorio prácticamente no tiene competencia”⁴⁸.

Nicolás Alvarado escritor y quien tiene una sección de recomendación de libros en el programa de Carlos Loret de Mola en “Hoy por Hoy” en la tarde comenta: “Nadie resulta tan bueno para llegarle a las mujeres, porque Alfredo Palacios y Maxine Woodside finalmente trabajan para las mujeres mayores Mariano Osorio trabaja para todas las mujeres sin excepción. Las mujeres más cultas y más ignorantes, más ricas y más pobres, más jóvenes y más viejas de este país, es decir, todas están enamoradas de Mariano Osorio. Creo que los malos comunicadores son los que tienen competencia, los buenos comunicadores

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid.

son los que tienen un estilo lo suficientemente único como para no ser susceptibles de competencia”⁴⁹.

Maxine Woodside pionera en programas dirigidos a las mujeres quien conduce “Todo para la mujer” menciona: “Mariano Osorio para la radio es esa voz amable, cariñosa, lindísimo ser humano, simplemente con oír esa voz entras en otro mundo, en una tranquilidad padrísima”⁵⁰.

Janet Arceo quien conduce la revista familiar “La mujer actual” y con 24 años de transmisión continua opina sobre Mariano: “Es un hombre que se ha convertido en alguien indispensable en la radio, ha logrado en su nicho hacer cada día más audiencia porque hay gente que lo capta a lo mejor por primera vez y se enamora y se queda”⁵¹.

Posteriormente después de este éxito rotundo en la radio se hicieron presentes las propuestas en televisión.

En el caso de Televisa le tenían un lugar para el programa de revista matutino “Hoy”, pero no se concreta nada porque se encimaban los horarios, y Mariano le da prioridad al programa radiofónico.

En el caso de Televisión Azteca en 1999 cuando muere Paco Stanley pensaron en llenar ese espacio con Mariano, pero en ese año mucha gente no ubicaba bien a Osorio, razón por la que dudaron los ejecutivos de la televisora y por lo cual se enfrió ese proyecto.

Pero a palabras del mismo locutor este otro paso no lo dio por la razón de los contenidos que se iban a manejar.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

Mariano maneja varias filosofías de vida que le han ayudado mucho en su vida y en su programa, con palabras de él mismo: “Un concepto que tiene es agradecer las cosas buenas que te ocurren en la vida sólo te generan una cosa, te dan más y mejores cosas. Todos los días de mi vida agradezco cada una de las cosas que me ocurren. Agradecer es una regla de oro, hacer una lista de las cosas que tienes que agradecer y hacerlo todos los días de corazón, envías tu mensaje, tu señal a Dios en primera instancia y al universo en segunda posición”⁵².

Otra muy importante es según Mariano: “No estar pensando constantemente en base a miedos, frustraciones, enojos, complejos, envidias o rencores, las cosas que no quieres tener, porque igual también las atraes”⁵³.

El locutor de Stereo Joya quisiera ser recordado con el siguiente estilo de vida: “Estoy ahí para recordarle (a su público) cosas que me parece que son importantes para la gente para construir un estilo de vida distinto, para hacer que las personas que me escuchan a través de la radio dejen y dejemos de estarnos quejando cotidianamente de una serie de cosas de las que normalmente las personas nos quejamos y en lugar de estar haciendo eso hagamos algo al respecto para que esas cosas dejen de ocurrir, ese es mi papel y esa es la trascendencia con la que yo quisiera ser recordado en la radio”⁵⁴.

Mariano lleva 22 años en la radio, 15 años en Stereo Joya 93.7 FM. de Grupo Radio Centro de los cuales 5 corresponden al programa "Mariano en las mañanas" y 10 al conocido programa “Hoy ...con Mariano”. Lo que lo ha convertido en la cabeza del programa número uno en ventas del grupo al que pertenece.

Un estudio realizado por dos empresas sumamente serias como Bimpisa-Isos e INRA muestran en sus estudios más recientes a Mariano Osorio como el

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Ibid.

locutor más escuchado: “la empresa Bimpisa-Isos, que en 2006 realizó una encuesta a diversas personas (elegidas metodológicamente) con la pregunta: ¿Quién es el locutor que escucha frecuentemente, su favorito? Y en la que Osorio encabezó el primer lugar en casi todas las categorías que abarcan diversas edades, estratos sociales y sexos”⁵⁵.

La radio fue la llave para incursionar con éxito en otras actividades como el lanzamiento de un libro titulado “Mariano en tu Vida”; cinco discos de reflexiones que ocasionalmente da a conocer en su programa, y en puerta tiene el lanzamiento de su segundo audio libro.

En 2006 fue uno de los años en donde Mariano tuvo mayores éxitos, se consolidó como el número uno en todo ese periodo, en cifras:

“un millón 722,900 personas escuchan semanalmente el programa de Mariano, es decir, el 11.6 % del total de personas mayores de 12 años en el Área Metropolitana de la Ciudad de México”⁵⁶.

Más detalladas estas cifras:

“Número uno por los segmentos socio económicos: A/B/C+, C y D+

Número uno en audiencia en casa.

Número uno por hombres y mujeres con edades entre 25 a 64 años de edad”⁵⁷.

Pero también Julio del 2007 continúan los frutos cosechados por el locutor, en ese periodo en presencia del Presidente de la República Mexicana Felipe Calderón Hinojosa le entrega un representante del Consejo Nacional de la Comunicación un reconocimiento, en la categoría: Radio; por la promoción de programas cuyos contenidos son positivos en radio.

Todas estas cifras han provocado que Mariano sea el blanco de diferentes entrevistas, en medios de comunicación muy importantes a nivel nacional como

⁵⁵ Monjaras, Carlos Alfredo. Mariano Osorio es el número uno. TvyNovelas Número 13. México 26 de Marzo de 2007. pp. 74-76

⁵⁶ Grupo Radio Centro. Página Web: www.radiocentro.com.mx. Consulta: Julio 2009. Link: <http://stereojoya.mx/grc/joya.nsf/vwAll/XPAO-728U3P>

⁵⁷ Ibid.

Televisión Azteca en programas muy importantes como “Historias engarzadas” en horarios importantes los fines de semana.

También dentro de los medios impresos se ha ganado el espacio de escribir para una columna dominical en el periódico “El Centro” en la sección de “Tendencias del cuerpo y alma”; así también se ha convertido en personaje importante para salir en diferentes revistas como: el Teleguía, TV y Novelas y en periódicos como El Metro, El Universal y El Centro.

Cabe mencionar que incursiona en la televisión en los primeros meses del 2009, pero menos de un año fue lo que duró su programa en televisión, con lo que se reitera su éxito únicamente en radio.

2.5.2 Antonio Esquinca (Mix FM)

Antonio Esquinca Sánchez, no le gusta hablar de su biografía, menciona que para él no es importante lo pasado, ni lo que hará, a él le interesa sólo el presente.

Nació en la Ciudad de México y aunque nunca ha mencionado su edad directamente, ha dejado de manifiesto que tiene más de 30 años y menos de 40 y que su cumpleaños es el 20 de Agosto.

Egresó de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM en 1992, de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Fue locutor de la estación Mix FM. 106.5 perteneciente a la Asociación de Concesionarios Independientes de Radio (Grupo Acir), actualmente trabaja para Grupo Radio Centro en la estación Alfa 91.3 de FM.; tiene un programa radiofónico que se transmite de 6:00 a 13:00hrs. llamado “Toño Esquinca y la muchedumbre” el cual está posicionado dentro de los más escuchados

actualmente, de acuerdo a un estudio realizado por la empresa INRA y Bimpsa-Isos, en publicaciones tanto semanales como mensuales⁵⁸.

Lleva desde 1995 trabajando para la radio.

Antes de llegar a Grupo Acir, Toño llegó primero a la estación de Órbita en el 105.7 de FM. la cual pertenece al Instituto Mexicano de la Radio (Grupo IMER), propiedad del gobierno; en ésta le dieron un espacio en el cual tuvo la oportunidad de hacer un programa bajo la advertencia de que si no se vendía retirarían ese programa. Dicho programa no se vendió, pero les gustó lo que hizo ofreciéndole otra oportunidad de trabajar en la mencionada emisora.

En su permanencia en Grupo IMER entabla amistad con Aníbal Córdoba, quien era su jefe le propone a Toño Esquinca irse a trabajar a Grupo Acir a lo que el locutor acepta. Su primer vínculo sería la hoy desaparecida estación radiofónica de nombre Oxido, ahí permaneció durante algunos años en donde hacía promocionales y tenía cargos como productor. Posteriormente retoma la actividad de locutor en la misma.

En el año 2001 vuelve como locutor de la estación Mix F.M. en el 106.5 de FM., sólo que no existía propiamente en ese momento el programa de Esquinca aunque ya los efectos de la muchedumbre eran emitidos. Durante cuatro años el locutor mantiene su espacio en el que estaba por las mañanas o por las tardes, pero aún no tenía propio programa.

Es hasta 2004 cuando Toño ya tiene su propio espacio bajo el nombre de: “Toño Esquinca y la muchedumbre”

Duró hasta Diciembre del 2009 con este programa en la frecuencia de Mix 106.5 de FM., en el cual se tocan diferentes temas y secciones como Horóscopos, Frases diarias, Canciones misteriosas, Grita lo que quieras,

⁵⁸ Véase. Monjaraz, Carlos Alfredo. ¿Quién es el locutor que escucha frecuentemente, su favorito. Mariano Osorio es el número uno. TvyNovelas Número. 13. México 26 de Marzo de 2007. pp. 74-76. Inratings. Revista Merca2.0 Número. 59. México 1 de Marzo de 2007. p. 64

Consejos, El Trenecito, La Canción feliz, música, etc. Todo esto sin perder la interacción con el público vía telefónica e imprimiéndole alegría, optimismo, dinamismo, a palabras de él contestando una pregunta de un lector en una charla digital en el periódico El Universal:

“Hola Toño, tu programa es un buen motivo para empezar bien el día. ¿qué proceso lleva la preparación de un programa?”

Respuesta

No me lo vas a creer pero es muy divertido!!!...No lo preparo!...Sólo trato de irle dando cosas a la gente!...Cosas que de alguna forma la hagan sentir bien!”⁵⁹.

Toño basa mucho su programa en comentarios, frases motivadoras, es decir, utiliza mucho las emociones positivas ó inteligencia emocional, (aunque él diga que más bien es cosa del espíritu) hecho que es mucho muy importante en la actualidad. En una ciudad caótica que ha llevado a mucha gente a depresiones y mentalidades negativas, a reflexionar poco acerca de ella misma, incluso hasta llegar a intentos de suicidios. Todos estos conflictos propios del capitalismo Toño toca y trata de manera inteligente; programas como éstos son los que necesita la gente que se caracteriza por baja autoestima, inseguridad, miedos, antecedentes de depresiones.

En uno de los posibles encuentros que pensaba tener con Toño Esquinca para una entrevista asistí a una firma de autógrafos de su primer libro “Transforma tu realidad”, reafirmé mi idea, posee gran influencia en su público, tal es el caso de ese libro y por lo que se ha dado a conocer ha tenido mucho éxito “destaca Toño Esquinca venta de 35 mil unidades de su libro Transforma tu realidad”⁶⁰.

⁵⁹ El Universal (charla digital del autor de esta tesis con Toño Esquinca). Anímate y transforma tu realidad, las claves para la motivación. Página Web: www.eluniversal.com.mx. Publicado: 20 Marzo de 2007 a las 13:00 hrs. Link: <http://foros.eluniversal.com.mx/entrevistas/detalles/5797.html> Consulta: 15 Julio de 2009

⁶⁰ El Universal, Toño Esquinca analiza dejar la radio y a su muchedumbre. Página Web: www.eluniversal.com.mx. Publicado: 13 de Marzo de 2007. Link: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/411884.html> Consultado 16 Julio de 2009

Así como él menciona, no es un gran escritor, no es un maestro, no es un guía, ni mucho menos psicólogo, y menos aún manipula (según su libro), en esta parte refleja su concepción acerca de la palabra manipular, en la cual entiende su aplicación únicamente para que la gente haga lo dicho por el manipulador que obedece meramente a intereses particulares; concepto que no es necesariamente para ese único fin.

En un segundo intento para poder aplicar mi entrevista asistí a una conferencia que dio Toño Esquinca en la UNAM, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales en el Auditorio Flores Magón el día 30 de Marzo de 2007, en la cual habló del contenido de su libro y en la parte de preguntas y respuestas volví a reafirmar que mucha gente lo ve como un consejero, un salvador (incluso), un prototipo a seguir, esto es por el tipo de preguntas que le hacían y no sólo eso, sino por las reacciones que tenían al tenerlo cerca y de hacerle alguna pregunta y al ser atendidos por el locutor.

Hubo ocasiones en donde le declaraban en la conferencia mencionada que gracias al programa "Toño Esquinca y la muchedumbre" han agarrado fuerzas para tener un día agradable o más aún gracias a las intervenciones que tiene el joven locutor han salido de problemas muy grandes, a lo que el locutor simplemente les contestó que gracias por escucharlo y que le daba gusto saber que sus comentarios servían de algo para algunas personas y que dichas palabras eran como bendiciones para él.

Como parte del proceso de observación y seguimiento del líder de opinión asistí a la firma de autógrafos, allí tuve la experiencia de observar a personas que se conformaban tan sólo con verlo y decirle alguna pregunta secreta; darle algún abrazo, tener nervios por tenerlo de frente, etc. esto tiene mucha importancia por el carisma que refleja el ex locutor de Mix FM, la gente a pesar de la espera tan larga le perdonaba todo (incluso su retardo de 2 horas) y hasta comentaban que era lo de menos con tal de tenerlo cerca, eso valía la pena. Después de pasar a tomarse la foto a quien lo solicitaba o a hacerle su pregunta salía realmente emocionada, en el momento cuando me tocó pasar con él y al verlo de frente también me dí cuenta del gran carisma que tiene,

percibí esa chispa energética que tiene o a lo que otras personas le llaman que tiene “ángel”.

Otra reflexión es que sus comentarios son más importantes en su programa, pocas personas hacen alusión a su programación musical, de hecho esto es muy visible porque hay niños que lo escuchan para cantar “La Canción feliz” (que es un mantra), es evidente que a la gran mayoría de su auditorio lo escucha por sus comentarios.

Lo considero líder de Opinión porque tiene varias de las características que son importantes para ser un líder de opinión de acuerdo a Kimball Young quien menciona que son carisma, simpatía, autoridad, experiencia, influencia política, prestigio, imaginación, sagacidad, sentido crítico, serenidad, autocontrol, sinceridad, sencillez, personalidad física, cultura general, iniciativa, fuerza de voluntad, perseverancia, tenacidad, conocimiento de la naturaleza humana, conocimiento de la psicología y el lenguaje, desinterés y abnegación, estabilidad emocional, equilibrio nervioso, responsabilidad, sentido de comunicación, aptitudes para conducir, flexibilidad.

En la firma de autógrafos que menciono noté que varias personas quienes estaban presentes en el evento externaban que Esquinca gozaba de alguna de las cualidades anteriores, entre las que destacaban: la personalidad, sencillez, carisma, y había algunas que hasta decían que era guapo.

Mucha gente ve en el locutor como a una persona a la cual quisieran parecerse, de hecho alguien en una ocasión a través de una charla digital en la página de internet del periódico El Universal le cuestionaba lo siguiente:

“anónimo pregunta:

Toño, buena tarde sólo quiero saber ¿cómo puedo tener tú filosofía de vida, tú alegría, tu sabiduría, tú felicidad.. etc.?

Respuesta

Toño Esquinca: No!!!!...Por favor no trates de tener lo que otros tienen!!!!...Sé tú, haz las cosas que te hacen feliz!!!...y pon atención a tus pensamientos y a tus sentimientos!!!!...Esos son los que crean tu realidad!!!”⁶¹

Toño Esquinca deja el programa en diciembre de 2009 por razones de finalización y cierre de ciclos, por convicción propia⁶² y por dedicarse a otras actividades, estos fueron los argumentos que el locutor dio a los medios de comunicación en días posteriores a su salida.

Esquinca duró casi 14 años trabajando para Grupo Acir obteniendo logros como ser nombrado empleado del año en 2000 y 2004.

Toño deja posicionado el programa como el más escuchado dentro de las estaciones de Grupo Acir y este era un buen argumento del locutor para salir como un triunfador, veía ejemplos como Maradona o Michael Jordan, quienes se retiran de sus profesiones en la cima de sus carreras.

En este lapso en el que estuvo fuera del aire recibe ofertas de diferentes empresas radiofónicas como: Televisa radio, MVS, Grupo Formula, Núcleo Radio Mil terminando aceptando la propuesta de Grupo Radio Centro (GRC).

El locutor regresa a la radio en enero del 2010, en la estación Alfa 91.3 de FM. perteneciente a Grupo Radio Centro, bajo el mismo nombre del programa, pero con la diferencia de transmitir todos los días de la semana con dos horas más, es decir, de lunes a domingo de 6:00 hrs. a 13:00 hrs.

⁶¹ El Universal (charla digital del autor de esta tesis con Toño Esquinca). [Anímate y transforma tu realidad, las claves para la motivación.](#) Página Web: www.eluniversal.com.mx. Publicado 20 Marzo de 2007 a las 13:00 hrs. Link:

<http://foros.eluniversal.com.mx/entrevistas/detalles/5797.html> Consulta: 15 Julio de 2009

⁶² [Toño Esquinca.](#) Página Web: www.antonioesquinca.com. Consulta: Abril de 2010. Link: <http://antonioesquinca.com/blog/?cat=10>

Aquí es muy importante rescatar que Toño no regresa únicamente como locutor, sino también como productor de su mismo programa y como gerente de Alfa 91.3 de F.M., esto implicaba que él tendría la libertad de escoger y programar la música de la estación durante el día, esta libertad muestra la confianza que le da la empresa a sus conocimientos musicales. En este último aspecto el locutor no tenía opción de elegir programación en Acir, se tenía que apegar a una lista que ya estaba determinada.

Toño ha escrito dos libros a los que les tituló “Transforma tu realidad” (2007) y “Plan de vuelo” (2009), para este 2010 planea sacar un libro más, el cual será una novela de ciencia ficción; de la misma manera quiere sacar un CD en el cual a través de la música se mostrarán las enseñanzas de Merlín hacia Arturo.

Obtiene el premio que otorga la Asociación Nacional de Locutores, en donde Toño recibió la medalla al mejor locutor en cabina en el 2007.

Esquinca tiene la siguiente formación:

Egresó de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM en 1992, de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

“En el área radiofónica:

-Productor de Imagen en el Colegio Nacional (Para Octavio Paz, Carlos Fuentes, Vicente Rojo) (1994)

-Productor, locutor y creativo en radio (IMER, Grupo Acir) (1995).

-Productor, locutor y creativo del morning show “Toño Esquinca y la muchedumbre” en Mix 106.5 (1996 al 15 de Diciembre de 2009).

-Realizará la programación de Alfa 91.3 dado su conocimiento de la música en todas sus tendencias.

-Se integra a la estación Alfa 91.3 de Grupo Radio Centro (Máxima audiencia en Medios) a partir del 13 de Enero de 2010 con su programa matutino que se transmitirá de lunes a domingo de 6 a 1 de la tarde.

En el área del desarrollo humano:

- Diplomado en Psicología de masas en Texas A&M University (1993)
- Diplomado en Ascención de la Conciencia (Flower of life research) (1999)
- Certificado en Filosofía Zen (Osho Padma Meditation Center New York) (2001)
- Diplomado en creatividad "B-rain" en Trinity College Irlanda (2007)
- Diplomado en Cambios de conciencia "Conscience shifts" en Cardiff College Gales (2008).

Reconocimientos representativos:

- Galardonado en dos ocasiones como "Empleado del año" en 2000 y 2004 por Grupo Acir.
- Premio Nacional de Locución 2007.
- En 2009 logró colocar exitosamente su programa en el primer lugar de audiencia de Grupo Acir y además posicionarse entre los tres programas matutinos de mayor audiencia (Fuente: Ibope).

Libros:

- En Diciembre de 2007 presenta su primer libro titulado "Transforma tu realidad" el cual se colocó durante varias semanas en primer lugar de ventas en diversas tiendas importantes logrando más de 80,000 ejemplares vendidos y ya en 3ª. Edición.
- Cerró exitosamente el 2009 con el lanzamiento en Diciembre de su segundo libro titulado "Plan de vuelo" el cual ha tenido excelente respuesta en ventas⁶³.

⁶³ Antonio Esquinca. Página Web: www.antonioesquinca.com Consulta: 15 Julio de 2010. Link: <http://www.antonioesquinca.com/blog/?cat=1>

CAPÍTULO 3

Comparativo entre dos programas de radio:

“Hoy...con Mariano” y “Toño Esquinca y la muchedumbre”

En este comparativo entre estos dos líderes de opinión y entre sus programas radiofónicos abordaré varios puntos que considero importantes desmenuzar para dar una mejor explicación sobre sus diferencias y similitudes en radio, éstas son las siguientes:

3.1 Recepción de señal en los cuatro puntos cardinales de la Ciudad de México

Al estar laborando el autor de esta tesis en Grupo Acir como promotor de las siete estaciones de radio que maneja la empresa en el Distrito Federal encontró varias situaciones.

Dentro de las variadas actividades que realizaba estaban: estar presente en los enlaces radiofónicos de alguna de las estaciones pertenecientes al grupo. Hacer directamente encuestas a las personas en sus domicilios para saber de sus gustos radiofónicos en caso de no sintonizar alguna de nuestras estaciones convencerlas de los beneficios que les dejaría escuchar alguna estación de Acir.

Mi labor consistía en buscarle parecido o similitud de su gusto (al radioescucha entrevistado) con los que manejaba Acir, es decir, si encontraba a alguna persona escuchando música en inglés le pedía permiso para sintonizar Mix FM., o si le gustaba al encuestado música romántica de hace muchos años como de Agustín Lara, Toña la Negra, etc. y si estaba escuchando “El fonógrafo” (estación de Grupo Radio Centro), ó “La B Grande de México” (perteneciente a Grupo IMER) mi labor como promotor era buscar la manera para sintonizarle la estación “Bonita” en el 1590 de AM. (de Grupo Acir) obviamente haciéndole ver las ventajas de escuchar dicha estación.

Entre las ventajas de estar al pendiente para poder ganar algún premio, se le prometía a las personas que pronto pasaría la unidad móvil a su colonia y si estaba sintonizando alguna estación del grupo era muy posible ganar un obsequio; esto era cierto, pero también era gancho para darse la oportunidad de escuchar alguna estación de Acir cubriendo su gusto musical.

Al realizar tal labor me daba cuenta de la existencia de gente con gusto hacia alguna de las siete estaciones de Grupo Acir; sólo si por alguna razón la señal no era buena le cambiaban a su aparato receptor con tal de no escuchar interferencias, lógicamente el ruido causa molestias al sentido auditivo.

Por lo que se me hace importante empezar el comparativo desde la señal en los cuatro puntos cardinales de la Ciudad de México, esto es determinante desde un inicio para saber si ésta puede ser una primera causa por la que un locutor es más escuchado que otro o si están en igualdad de circunstancias estos dos líderes.

En esto puede influir mucho la zona geográfica en donde se encuentre un hogar o un aparato receptor, por mencionar un ejemplo dentro de la ciudad, cerca del cerro de las minas no se pueden escuchar nítidamente algunas estaciones de radio, por razones de que las ondas electromagnéticas no llegan a los hogares que están atrás del cerro.

Y así como ese cerro en la Ciudad de México se pueden encontrar varios, como el del Tepeyac, el de la Estrella, así como antenas de mucha potencia que no dejan escuchar ciertas estaciones en los domicilios cercanos.

Sin caer en situaciones específicas, realicé un monitoreo de la señal en los cuatro puntos cardinales de la Ciudad de México de las dos estaciones de radio a analizar, calificándolas de buena y mala la calidad de recepción de señal; y a su vez monitoreando dos puntos (por colonias) de cada punto cardinal.

Empezaré con la zona norte en la que encontré lo siguiente:

El punto localizado en la calle Insurgentes Norte y Quetzalcóatl en la colonia Santa Isabel Tola, en la delegación Gustavo A. Madero; en esa zona Stereo Joya tenía buena calidad su señal.

A diferencia de Mix FM que su calidad de señal era mala, incluso había aparatos receptores que no encontraban la señal, según habitantes de la zona era por las múltiples antenas de gran potencia que hay en el lugar, así como la cercanía con el cerro del Tepeyac.

Continuando en la misma zona norte en el punto localizado en la calle Wilfrido Massieu y Lázaro Cárdenas en la colonia Nueva Industrial Vallejo, en la Delegación Gustavo A. Madero, la señal de Stereo Joya fue buena.

Y en Mix FM. la señal continuó siendo mala, se escuchaba mucha interferencia.

En cuanto a la zona sur en las calles: Ahuanusco y Anacahuita de la calle Pedregal de Santo Domingo en la Delegación Coyoacán, esto es muy cercano al Metro Universidad de la línea tres, encontré lo siguiente:

La señal de Stereo Joya fue buena en ese punto de la ciudad. De igual manera Mix FM fue clara y nítida.

En el punto localizado en el mismo punto cardinal de la Ciudad de México en la Calzada Taxqueña y Calle Cerro de Zacayuca en la colonia Campestre Churubusco de la Delegación Coyoacán; tanto Stereo Joya como Mix FM. gozan los habitantes de esa zona de buena calidad en la señal en ambas estaciones radiofónicas.

Pasando al punto concentrado en la zona centro, en la colonia que lleva el mismo nombre de la delegación Cuauhtémoc, en la plancha del Zócalo capitalino, de la misma manera tanto Stereo Joya como Mix FM, tienen buena recepción de señal.

En la zona oriente de la Ciudad de México ubicado en el punto de Primera Cerrada de Talleres Gráficos y Avenida Río Churubusco, en la colonia Pantitlán de la Delegación Iztacalco; en la cual tanto Mix FM. como Stereo Joya se escuchan bien ambas estaciones.

Continuando con la misma zona del oriente en Avenida 608 y Avenida 611, en la colonia U. H. San Juan de Aragón en la Tercera Sección, de la Delegación Gustavo A. Madero; de igual manera la señal de ambas estaciones de radio fueron nítidas y claras, sin interferencia.

En cuando a la zona poniente de la Ciudad de México en la Calle 3 y Avenida las Torres en la colonia Reacomodo Pino Suárez en la Delegación Álvaro Obregón las señales fueron de la siguiente manera:

Stereo Joya se escucha con interferencia (con radio portátil), con aparato receptor movible, esto puede deberse a una causa que noté:

El terreno de esa zona es muy irregular, hay casas sobre cerros pequeños y debajo de los mismos, este punto es muy cercano a la terminal de autobuses del Metro Observatorio, esta puede ser una gran causa de la deficiencia en la señal a pesar de la cercanía con las instalaciones de Grupo Radio Centro (en Avenida Constituyentes).

En contraparte, Mix FM. -con el mismo aparato receptor portátil- en ese mismo punto la señal es buena sin interferencia.

Continuando con el poniente de la Ciudad de México en la calle de Ingenieros Militares y Calle 16 de Septiembre, en la colonia San Lorenzo Tlaltenango, en la Delegación Miguel Hidalgo, Mix FM. y Stereo Joya tienen buena recepción de señal.

Aquí ocurre algo muy importante con ambas estaciones y su competencia, en la zona norte donde se escucha con interferencia Mix FM. la estación competencia en cuanto a música de Grupo Radio Centro es Stereo Universal y

ésta se escucha con claridad, lo cual puede llevara sacar cierta ventaja por parte de dicho Grupo.

En contraparte en la zona poniente de la ciudad no se escucha con tanta claridad Stereo Joya y sí se escucha muy clara su competencia directa en cuanto a música como es la estación “La nueva amor” la cual pertenece a Grupo Acir.

Estas dos diferencias hacen que no pueda ninguno de los dos líderes penetrar en el auditorio de esa zona, en consecuencia la competencia satisface ese gusto musical.

Lo cual saca una ventaja de parte de Stereo Joya y en particular de Mariano Osorio, numéricamente tiene la posibilidad de llegar a más audiencia que Esquinca.

Aquí también es necesario hacer mención de que los dos programas se pueden escuchar vía internet y por los horarios que manejan en sus transmisiones es muy posible que los escuchen en las oficinas como una alternativa más, sólo que en los hogares no todos tienen internet o no pueden estar al pendiente de su computadora para estar al pendiente de alguno de los dos programas.

3.2 Contenidos que aborda cada locutor en sus respectivos programas

Algo importante en el programa de Mariano es que él inició este proyecto de su programa con la idea de darle un cambio a lo transmitido en 1994 que eran noticias meramente negativas.

Actualmente en su programa maneja cuestiones de noticias de carácter pesimista por las que está atravesando el país; con la idea de equilibrar una noticia negativa con diversas secciones. A su vez maneja temáticas de

superación y auto ayuda, incluso llevando invitados psicólogos para ayudar al auditorio a manejarse de manera positiva ante cualquier situación.

De hecho en algunos de sus rubricas o promocionales manejan en Mariano como el amigo que todos quisieran tener, como el comunicador quien se expresa con mucha claridad y sencillez.

Esto lleva a pensar que en una sociedad tan grande como la Ciudad de México hay gente a quien le falta tener amigos (y esto lo sabe el equipo de Mariano), por manejar el término: “amigo” de manera interpretativa, muchos radioescuchas pueden dejarse llevar con esa idea de amistad.

El tener duración de siete horas en la radio lleva a tener ciertas variables en ese espacio una de ellas es que lleva a Mariano a displayarse mucho en sus comentarios que retro alimenta con sus compañeros de cabina, que en muchas ocasiones comparten o difieren en cuanto a opiniones; y esto lleva a una generación de más puntos de vista.

Un ejemplo de esto es Alfredo Domínguez Muro, el cual es mucho muy conocido y reconocido por el mundo deportivo, quien tiene una sección en la cual informa y opina acerca de su especialidad. En “Hoy...con Mariano” actúa como corresponsal de la parte deportiva, cuando hay algún evento importante nacional o internacional, Domínguez hace los enlaces y al mismo tiempo da sus opiniones de lo que él esta viendo en el lugar de los hechos y de ahí que pone a discusión los temas deportivos del momento con Mariano que se encuentra en la cabina de Grupo Radio Centro.

Esta especie de combinación de comentarios deportivos hace que haya gente que estará o no de acuerdo con alguno de los dos, pero genera opiniones entre su público y este es el punto a seguir, que influyen y en ese momento las dos personas se convierten en líderes de opinión; obviamente con la gran ventaja de que Mariano es el titular del programa y tiene mayor tiempo para incidir con la gente en cierto punto de vista.

Incluso puede haber radioescuchas que reafirmen o rechacen rotundamente su postura ante un tema al escuchar a los dos emisores, cierto argumento de algún tema tratado en el programa puede llevar a una base antes no pensada por el receptor o de poco dominio de un tema y que al escuchar esa retroalimentación de mensajes a la vez se este informando para reforzar o estar en desacuerdo o incluso hasta puede en ese momento estar siendo manipulado lo que escucha más convincente, más sólido con sus comentarios, de ahí la importancia de un líder de opinión en radio.

Así como este caso también se presenta la persona que da el resumen de noticias, en el cual no sólo informa, sino que también opina junto con Mariano, y así vuelven a convertirse los dos en líderes de opinión llevando Mariano la gran ventaja de que es a quien realmente la gente lo sigue y quien por ser el titular del programa va dirigiendo las partes a tratar de una noticia.

Ahí es donde cuenta mucho el carisma, argumentos, lógica de su pensamiento, valores que hacen pensar en la persona que es Mariano a través del micrófono, y esa es una ventaja que la radio tiene sobre otro medio (la imaginación, de primera instancia en su voz).

Aquí puede ser que ocurra algo muy interesante en esas intervenciones de las que hablo por parte de los colaboradores de “Hoy... con Mariano”, que pueden influir, pero a quien realmente le hagan más caso es al titular por que la gente se identifica con el locutor, puedo arriesgarme a decir que cuando escuchan la intervención de algún colaborador o especialista pueden estar de acuerdo con sus opiniones; pero hasta ahí, y puede ser que los radioescuchas se queden sólo con las opiniones, pero que ni recuerden el nombre de la persona que dio dicha opinión.

Otra cosa importante que tiene el tener siete horas al aire es que Mariano interactúa tiempo considerable con sus compañeros, de tal manera que da la impresión de que hasta son sus amigos, ya que lo hace de una manera muy natural, en donde se puede escuchar desde una apuesta de algún partido de fútbol hasta ampliar una nota política con ejemplos históricos.

Esta diferencia de opiniones nunca pierden el sentido y el rumbo que les quiere dar Mariano, es decir, el locutor lleva siempre el rumbo y mediación de lo que quiere informar, esta es una cualidad de un líder, que va dirigiendo el enfoque de ciertos temas y del programa.

Es necesario partir de que el programa de Mariano tiene como parte medular las noticias, en sus intervenciones éstas pueden ser tanto políticas, deportivas, culturales, de espectáculos, internacionales, etc. el punto es que aquí Mariano siempre tiene algo que decir, informa mucho y analiza las noticias con sus compañeros de cabina.

Es tan importante el premio “Principios” otorgado a Mariano porque se entendería que a los radioescuchas les gusta más la variedad y no tanto la especialización, es decir, les gusta más escuchar poco de algún tema mezclándolo con música, a escuchar algún tema a profundidad, es decir, que un programa en el cual se profundicen noticias deportivas, musicales, políticas, de espectáculos, etc.

También el premio “Principios” deja para el análisis algo muy importante que Mariano puede llegar más a la gente y gozar de credibilidad por varias razones (la señal, lo ameno de su programa, la variedad, la música después de algún comentario, su voz, la sencillez para explicar alguna noticia, etc.) que un periodista de profesión con programa de radio como puede ser Carlos Loret de Mola, Ricardo Rocha, Guillermo Ochoa, Sergio Sarmiento, etc. las de rating cifras así lo indican y éste premio da un tanto la razón a esta afirmación.

Es importante saber bajo qué parámetro se basaron en el Consejo de la Comunicación A.C. para tener esa designación.

La parte comercial del programa con las secciones más gustadas no pueden quedar atrás, esto es mediante la invitación desde un día antes u horas antes a alguna sección muy gustada, obteniendo con ello la permanencia en el programa mientras se escuchan una serie de comerciales.

Ejemplo claro de esto es cuando hay un especialista mucho muy interesante y en la parte de la pregunta cumbre de la entrevista puede mandar Mariano a corte comercial, invitando a no cambiarle de estación, deja entrada la entrevista en la parte de más interés.

Esto también lo aplica en las miniseries, cuenta trozos diarios de algún libro interesante, invitando a escuchar la continuación al día siguiente y así sucesivamente hasta empezar con otros libros más (obviamente esta invitación es de igual manera durante el programa, es una sección muy gustada).

También sucede algo muy importante que obedece a una intención comercial por parte de los anunciantes dentro de los contenidos, en algún espacio ambos locutores (Mariano Osorio y Toño Esquinca) al recomendar o aconsejar anuncian una marca y las ventajas que trae usar dicho producto o servicio.

Esto trae como consecuencia varias cosas: que llegue el mensaje más al radioescucha por que quienes lo están anunciando son líderes de opinión y gozan de credibilidad y que los anunciantes ahorren más dinero al no contratar los servicios de una agencia de publicidad.

Esto se me hace un tanto perder un poco la credibilidad de cada uno de los locutores en sus consejos, dejan ver más el carácter comercial de sus programas al anunciar una recomendación de una marca que quizá ni la han usado.

Ejemplo de esto esta en; “Toño Esquinca y la muchedumbre” cuando su voz es utilizada para comerciales de ciertas empresas como: Hermanos Vázquez, Citizen, computadoras Intel, restaurantes como Vips, Plaza de la computación, Coffe Mate, y algunas otras empresas que utilizan su voz de Toño para promocionar sus artículos.

También dependiendo la época del año, como puede ser enero que es un mes difícil económicamente (por los gastos de diciembre), en esa temporada mete Toño en su programa un comercial de una empresa que se dedica a prestar

dinero (obviamente con intereses), como es la empresa “Los efectivos”, y a quien el locutor recomienda para iniciar un negocio o para salir de deudas, simplemente saca ventajas de lo que sirve pedir prestado en esta empresa.

Cuando en la parte de los consejos o de frases del día en el programa “Toño Esquinca y la muchedumbre” menciona mucho que el dinero no lo es todo y que los ricos no necesariamente son las personas más felices y menciona frases o lecciones de vida de gente pobre económicamente que puede llegar a estar más realizada.

Y así pueden mencionarse varios ejemplos en los que a la par de los consejos o pensamientos que emiten los dos locutores hacen recomendaciones a una marca de algún anunciante.

Otro caso es la empresa Hermanos Vázquez (quien es la empresa que más es promocionada por “Toño Esquinca y la muchedumbre”) quienes se dedican a la venta de muebles y artículos para el hogar, y quienes el 24 de diciembre del 2007 en transmisión continua de las 6:00 hrs. a 23:59 hrs. en Mix F.M. y en voz del joven locutor rifaron diferentes premios durante el día, entre ellos dos casas, ocasionalmente en sus comentarios Toño hablaba de las leyes de la atracción.

Mencionaba que las cosas uno las atrae con sus pensamientos y con fe, por tal motivo incitaba a estar pensando y creyendo que se podría ganar algo en esa rifa, y obviamente que si uno había comprado más productos en dicha empresa tenía mayor margen de ganar algún premio.

Mariano Osorio también hace lo mismo con algunos anunciantes cuando da consejos menciona alguna marca recomendándola, pero obviamente sacándole ventajas o incluso haciendo mencionar que el locutor utiliza dicha marca, lo cual debe tener mucho impacto hacia sus radioescuchas, está influyendo en sus preferencias y por consecuencia al anunciante le ha de significar un costo alto en un medio de comunicación como es la radio al tratar de esa manera a su marca.

Un ejemplo de Mariano es cuando habla de la importancia del desayuno nutritivo durante el día, el cual ayuda a rendir más si uno ingiere ciertos alimentos en los que anuncia marcas y ahí mete consejos de salud.

También en una sección como: La narración en el programa “Hoy... con Mariano”, le da promoción a su libro de las narraciones, obviamente obedeciendo al interés comercial de vender más su libro.

Por otro lado, algo importante a considerar es en las secciones informativas entre los dos programas; mientras Mariano da la información noticiosa (y ocasionalmente otro de sus sustitutos) la comparte para su análisis con sus compañeros y hasta ha llegado a entrevistar a gente del ámbito político; mientras que en: “Toño Esquinca y la muchedumbre” Alfredo Romo compañero del locutor da dicha información noticiosa, en un breve resumen de escasos minutos (no más de 5).

Obviamente esta gran diferencia con Esquinca es por que éste se enfoca mucho más a cuestiones de superación personal o cuestiones de psicología y fe en la gran mayoría de su programa.

Mientras Osorio también toca esos puntos pero en menor grado y en secciones especiales como “Mariano en tu vida” en la cual da un consejo para tener salud mental y física, pero en pequeñas partes de su programa.

Los dos locutores llegan a su auditorio a la parte psicológica de hacer sentir bien a la gente, incluso en sus promocionales mencionan por parte de Esquinca: “Ve de buenas al trabajo escuchando a Toño Esquinca y la muchedumbre” y por el otro lado: “Mariano te hace sentir bien, te ayudará a tener mejor calidad de vida escúchalo y ahí te dirá cómo hacerlo”.

De aquí se desprende una similitud muy importante, ésta es con la forma como trabajan los dos.

En “Hoy... con Mariano” se mete el locutor con temas más delicados, se escucha a un Osorio más involucrado con temas políticos y de cierto riesgo tocarlos por lo que involucran, como la reforma electoral. En contraparte Toño no habla de ningún tema de la vida política del país y si lo llega a hacer lo hace rara vez y con mucho recato (evidentemente las noticias y el análisis político no son la columna vertebral de su programa).

Es muy importante mencionar que de los 2 programas radiofónicos se ven con cierta preparación, sólo que en “Hoy... con Mariano” se ve más dedicación ya que hay más tiempo al aire, hay más secciones grabadas, hay que estar más al pendiente de las noticias y son muy respetuosos del horario de cada sección.

En las secciones de “Toño Esquinca y la muchedumbre”, en múltiples ocasiones se atrasa el locutor, imagino que ha de tener que ver mucho el número de gente que esta al lado de cada uno de los 2 locutores, aparte del número de horas que transmite cada uno de ellos es trascendental; por obvias razones “Hoy...con Mariano” debe tener preparación especial para ocupar de manera bien planeada el tiempo al aire.

Con “Toño Esquinca y la muchedumbre” se les va el tiempo rápido, incluso el mismo locutor hace mención de que se les viene el tiempo y deja de mencionar alguna sección (por lo regular la última: Mentas brillantes).

Aunque aquí también el respaldo económico para cada programa es parte fundamental, en el número de los colaboradores de cada programa se ve reflejada la diferencia del presupuesto asignado a cada programa.

En “Hoy...con Mariano” no se puede improvisar nada en el momento, los especialistas de cada sección tienen cierto horario que les respetan, así como los tiempos de las grabaciones de las secciones como “La narración”, esto lleva a analizar en la buena administración del tiempo del programa de Osorio

En “Toño Esquinca y la muchedumbre”, es notorio que hay poca preparación para las secciones de este programa, esto mismo es reconocido por el mismo

locutor quien hace alusión a que la gran mayoría de éste no es preparado, sino lo va haciendo conforme va avanzando.

Esto lo menciono porque el día que cumplió 8 años el programa “Hoy... con Mariano” el locutor nombró la cantidad de personas que trabajan a su lado así como las personas que dan el informe vial o la persona que esta en la parte de promoción dando regalos o pegando calcomanías en las calles, es decir, fuera de la cabina, pero que se enlazan en colaboraciones como la de Alfredo Domínguez Muro y de otros especialistas, así como también, aquellas personas que no salen al aire pero que laboran en la planeación y preparación del programa.

Con Esquinca se ve que son escasos sus compañeros de cabina, sólo que en su dinámica del programa se hace acompañar por sus personajes que dejan mucho a la imaginación y con los que también interactúa (aparte de su público) que son solamente sonidos y efectos a los que les hace llamar la muchedumbre; también lo acompaña un asistente de producción llamado Juan Carlos Hernández.

En todo el programa están estos sonidos con Toño (la muchedumbre), prácticamente todos sus comentarios del locutor son respondidos por abucheos, halagos, tristezas, asombros, efectos de sorpresa, risas, etc. y esto deja mucho a la imaginación del radioescucha, incluso son quienes lo acompañan en algunos comerciales y es con quienes se ha hecho famoso por sus múltiples efectos de todo tipo hacia el locutor.

Otra cosa muy importante entre los dos locutores es que en el programa “Hoy... con Mariano” esta diseñado para que únicamente el locutor tenga interacción directa con niños y muy poco con gente adulta, en ninguna de sus secciones los agrega salvo el día que cumplió 8 años su programa y ha sido la vez que ha hablado con su auditorio telefónicamente al aire, obviamente las llamadas eran de muchos halagos y felicitaciones al locutor y a su programa.

Y también cuando hace participar a su público en la sección “Adivina y gana” para acertar o adivinar una canción que transmite, pueden ganar un premio o dinero en efectivo, pero esta parte de interacción con adultos es únicamente para responder una canción.

A los únicos que tiene contemplados en su programa y con los que interactúa de manera directa telefónicamente, dándoles espacio diario, pero con mayor diferencia sábados y domingos es a los niños contando adivinanzas mutuamente y hasta incorporando a sus compañeros de cabina.

En el programa “Toño Esquinca y la muchedumbre” la planeación es muy diferente, en éste la mayoría de las secciones son dedicadas a la retroalimentación (telefónicamente) con sus radio escuchas (que en su mayoría son adultos), esto lo hace muy ágil, entretenido y da mayor acercamiento con la gente que lo escucha; sobresaliendo ocasionalmente las inquietudes que tienen sus radioescuchas o dándoles mayor tiempo al aire.

En llamadas al aire esta el espacio del radioescucha en donde el auditorio puede decir lo que quiera en algunos segundos en la sección “Grítalo”, aquí hay desde halagos hasta reclamos, aunque existe la petición del locutor de no decir groserías y ahí es donde una vez más entra la influencia de líder de no hacerlo, aparte de que su auditorio es diverso pero va dirigido más para gente adulta y en menor grado para gente joven que luego son los que hacen éste tipo de bromas diciendo groserías.

También esta la sección “Las Frases del día” en la que hay más retroalimentación llamando telefónicamente a Esquinca y en la que se emiten también frases por parte del auditorio a la par de las que emite el locutor.

En las dinámicas para ganar algún premio también existe ese contacto vía telefónica con el auditorio para adivinar alguna canción y cantante de alguna melodía; así como mencionar una frase fragmentada que se menciona en trozos mientras transcurren los cortes comerciales, obviamente esto también obedece para gratificar a quien esta al pendiente hasta de los comerciales.

La diferencia para dar algún premio esta en que “Hoy... con Mariano”, el locutor le llama a la gente para que le den el nombre de un cantante y una canción que segundos antes de la llamada programó y mencionó, es decir, él llama para que la gente gane.

Y en “Toño Esquinca y la muchedumbre” al locutor le llaman tratándole de mencionar el nombre del cantante y título de una melodía que esta transmitiendo en ese momento (sin mencionarla el locutor), esto lleva a la conclusión de que puede dar más premios el programa de Esquinca que el de Mariano.

Una llamada recibida al programa del ex locutor de Mix es muy posible que se tenga la respuesta lista a diferencia del programa de Osorio en el que se nota que mucha gente no esta al pendiente (aquí el locutor decide quien participa) en el momento que llama el locutor y por lo tanto no gana y el premio queda pendiente.

Una vez contestada una llamada en los dos programas dan pistas los dos locutores a la gente que se comunica si es que se les esta haciendo difícil acertar la respuesta y obviamente que no están tan lejos de la misma, esto con la finalidad de regalar el premio.

También hay que tomar en cuenta que en “Toño Esquinca y la muchedumbre” dan mayor cantidad de premios ya que hay más secciones destinadas a eso y hasta en los cortes comerciales hay que estar al pendiente para poder ganar algún presente.

Esto hace que durante el programa haya mucha participación de su auditorio ya que incluso se puede hasta ver como un tanto interesado ese auditorio (sin generalizar), y esto va llevando al programa de manera ágil y entretenida.

Ejemplo de lo anterior esta en la sección: “Treinta segundos de fama” que es una sección dedicada a emitir un talento del público al aire a cambio de un premio económico de mil pesos.

De esta manera en el programa de Esquinca hay muchas secciones que crean y luego retiran, pero muchas de ellas son con la finalidad de hacer participativo al público.

En algún momento existió una sección interesante en la que se ayudaba a localizar gente de alguna generación estudiantil ya fuera de primaria, secundaria, preparatoria o universidad, de compañeros de trabajos anteriores, alguna persona en especial con la que se convivió en algún momento, etc. y se emitían los datos al aire por si la persona (s) a localizar estaba (n) escuchando, es decir, esta sección era utilizada como un servicio a la comunidad.

Aclarando que esto era sin meter personas secuestradas, ni gente perdida, ni mucho menos personas que estuvieran siendo buscadas por la policía.

Otra sección era “Todos ayudan”, en la que la gente habla de algún problema por el que estuviera pasando y a su vez se dejan escuchar sugerencias consejos y alternativas por parte del mismo auditorio y por el locutor; esta sección viene una vez más obedeciendo el liderazgo de Toño, ya que él es quien elige el caso de la persona que tenga el problema así como la sugerencia por parte del locutor cuando no lo hace el auditorio.

Esta recepción de llamadas es desde un principio hasta el final del programa “Toño Esquinca y la muchedumbre” cerrando con una melodía llamada “La Canción feliz”, en la que en la gran mayoría de los programas alguien llama y canta un mantra muy querido y gustado por el auditorio y por el mismo locutor.

Estos son ejemplos claros de la planeación y función que le quiere dar el locutor a su programa que es interactuar con su auditorio a través de sus secciones.

Un suceso mucho muy importante que aconteció en 2007 fue el desbordamiento de los ríos cercanos a Tabasco que fue algo muy importante para ver la influencia de los dos locutores ya que ambos pedían ayuda a su auditorio en sus respectivos programas, sólo que aquí hubo una diferencia

notable ya que la voz de ayuda para ese caso en todas las estaciones de Grupo Radio Centro fue la de Mariano, a diferencia de Toño que únicamente lo fue para su programa.

Esto hace pensar el peso que le dan a Mariano en la empresa en la que trabaja ya que se puede entender que es su carta fuerte por ser voz institucional de un grupo radiofónico tan importante a nivel nacional como es Grupo Radio Centro

En este trabajo no fue posible medir quién fue más influyente para la aportación de ayuda hacia Tabasco, porque todo México se unió, tanto líderes de opinión, como empresarios, etc. por lo que no fue posible para nadie tener ese dato.

Pero algo que caracterizó a los dos locutores de radio es que fueron mucho muy agradecidos con su auditorio, cada uno con sus palabras acostumbradas y con los mejores deseos hacia los mismos por la respuesta obtenida en la petición respecto a lo que paso en Tabasco en 2007.

Los agradecimientos de los dos líderes de opinión no quedan ahí, sino que es algo que los caracteriza en múltiples momentos de su programa o en su inicio o cierre de programa, incluso hay de parte de Esquinca que dedica algunas canciones de agradecimiento a su público.

En “Toño Esquinca y la muchedumbre” así como el resto de la programación de Mix dejan claro a quienes quieren dirigirse, por la música que programan y más aún por la identificación que manejan que es: “Mucho ritmo” o “Música de los ochenta, noventa y más...”, que evoca a estar de buenas porque es música para estar alegre y de generaciones adultas.

Esto aunado por los locutores de voz juvenil, animada y optimista hacen un equipo que llevan a recordar pero de manera alegre y no triste; ya que es lo que menos quiere Esquinca por las frases, consejos y secciones que llevan a recordar de manera optimista y positiva.

El público al que va dirigido el programa de Mix es gente que tiene una actividad ya sea de trabajo, de hogar, de deporte, etc. que tiene una edad arriba de 25 años aunque con muchas excepciones, de ahí la importancia de penetrar efectivamente en la gente sin hablar solamente sino combinándolo con música sin estar al 100% poniendo atención en los comentarios ya que el horario matutino es de mucha actividad ya que la gran mayoría de gente de esa edad esta haciendo algo yendo al trabajo, estudiando o realizando otra actividad y esto es muy entendido por el locutor.

Esto a diferencia de “Hoy... con Mariano” que maneja música mucho más tranquila que puede llevar a la reflexión y que en cierto momento puede llevar a requerir más atención ya que es en español; en contraparte, a escuchar una canción en inglés que realmente poca gente entiende y se puede ir más por el ritmo.

Aunque aquí es importante decir que los dos programas van dirigidos a públicos adultos, sin generalizar que sean a los únicos que llegan, ya que hay gente de todas las edades (en un menor grado) que les han llegado a llamar telefónicamente.

Algo importante mencionar entre los dos locutores es que Toño se nota que sabe mucho de música, maneja mucho lo que son historias de canciones, cantantes, contextos, grupos, fechas de canciones de su programación, de esto hace mucho uso Esquinca en sus intervenciones y hábilmente administra de esa manera el tiempo en su programa.

Aunque también sus intervenciones lleven el ingrediente optimista o de reflexión, es decir, que Toño tiene temas que lo caracterizan al momento de salir al aire.

También Esquinca a parte de sus agradecimientos, invita a seguir escuchando la estación en el trayecto del día, ya que hay obsequios y variedad en cuanto a secciones de sus compañeros locutores de esta manera es como administra su tiempo dentro de su programa.

Mariano en cada una de sus intervenciones siempre tiene algo que decir ya que si tiene tiempo comenta alguna nota curiosa una que sea a nivel mundial, manda saludos, dice algún comentario, incluso invita a escuchar las secciones próximas o de lo que hablará el siguiente día.

También maneja asuntos musicales, sólo que es más notorio que se va a temas de interés nacional que están afectando a la sociedad, y de esta manera la administración de tiempos es diferente en cuanto a temáticas.

Las intencionalidades de Mariano en su programa tienen varias finalidades, así como sus variadas secciones que tiene, una de ellas es en “La narración” en la cual pareciera que quiere hacer crecer el gusto por la lectura ya que en ésta sección lee libros y es notorio que es gustada por la gente ya que desde la creación de su programa hasta el momento no ha desaparecido dicha sección, todo lo contrario hasta ha sacado un libro y esta próxima la venta de un audio libro.

Incluso en entrevistas cuando le han cuestionado esto a Mariano externa su preocupación por el nivel tan bajo de lectura que tenemos los mexicanos.

Esto tiene un merito importante ya que de acuerdo a estadísticas los mexicanos leemos en promedio menos de un libro al año, esta intencionalidad aporta algo muy importante al país, ya que implica que si su auditorio no lee, por lo menos imagina y escucha los libros narrados por Mariano en su programa, esto puede conllevar a que algún radioescucha le nazca interés por la lectura por su propia cuenta de algún tema, por lo que el valor influyente del locutor es aún mayor.

En cuanto a esto Mariano comenta en una entrevista que le hicieron: “Hasta el momento llevo cerca de 300 títulos con géneros muy variados como el romance, suspenso e incluso de vaqueros, y me siento muy orgulloso de ello, porque hace unos años los datos oficiales de lectura indicaban que en México cada persona leía medio libro al año y la encuesta más reciente realizada por CONACULTA revela que el nivel ascendió a 2.9 por año, y aunque esto no es

motivo para hacer gran fiesta, ya que por ejemplo en España se leen 19 libros por año”⁶⁴.

Aunque hay que mencionar que esta declaración no hace causante a Mariano o a su programa como el medio efectivo que logró elevar el promedio de lectura de los mexicanos, esto es un dato del que hace referencia el locutor para sobresalir su aporte social con esta sección al menos con su auditorio.

En la parte noticiosa parece que quiere que la gente este informada en todo momento en su programa ya que las noticias son la base de “Hoy... con Mariano” y cualquier suceso que ocurra es comentado y analizado por el locutor y compañeros de programa de tal manera que no sólo se deje escuchar su opinión, sino de compartirla, analizarla y hacerla amena.

De igual manera en la parte de tener especialistas para hablar de temas de salud, pareciera que la intención es dar consejos para el cuidado de la salud de la mente y del cuerpo.

Esto da como resultado las identificaciones que da Osorio al mencionar que escuchando su programa te hará sentir bien, y si no sabes cómo hacerle, él te dirá la manera para lograr que te sientas bien.

Por otra parte en “Toño Esquinca y la muchedumbre” el ánimo acompañado por sus frases motivadoras del locutor es tan notorio que cuando llama alguien a su programa y se nota triste, de ánimos caídos, el conductor lo anima de manera inmediata, ya sea con alguna broma o interactuando con las personas como en casi todas sus secciones

Otra de las secciones del programa de Mix es “La pregunta del día” en la que lanza el locutor algún cuestionamiento abierto al aire de situaciones que casi a todo mundo nos han ocurrido y que para muchas personas puede ser

⁶⁴ Monjaras, Carlos Alfredo. Mariano Osorio es el número uno. TvyNovelas Número 13. México 26 de Marzo de 2007. pp. 75-76

agradable recordarlas, y las comparten surgiendo más cuestionamientos sobre la pregunta inicial.

Si esto no es así el conductor busca la manera de hacerlo, pero siempre con el afán de hacer sentir bien a la gente, y de interactuar en lo más posible con ella, ya que más que otra cosa parece una charla amena entre emisor y receptor de mensajes y dicha plática hace que las dos personas cambien de emisor a receptor y viceversa, es decir, se cumple el ciclo de la comunicación con la retroalimentación que a muchos les hace falta.

Esquinca tiene algo muy curioso, en todas sus llamadas telefónicas sin depender de las secciones, ni del tiempo, ni de nada; en todas estas pareciera que tiene el afán y meta de quedarse con la seguridad de que toda persona que le llama la debe dejar convencida de lo feliz que debiera ser.

Y siempre el ex locutor de Mix les dice a sus radioescuchas que no le cuelguen para pasar a canción, comerciales o alguna otra llamada, pero siempre teniendo la seguridad y certeza de que quien llama va a colgar con los ánimos arriba y con el entusiasmo levantado, eso es algo que se percibe como radioescucha.

Esta misma parte en donde les dice Toño a sus radioescuchas que no le cuelguen da la impresión de que se extenderá en sus comentarios (fuera del aire) con las personas que le llaman o también que les tomará sus datos para regalarles algún presente.

“Toño Esquinca y la muchedumbre” no sólo sus frases y demás secciones van dirigidas para las personas cabizbajas, sino que también van dirigidas para aquellas personas que tienen su autoestima, seguridad y confianza alta, y resultan más motivadoras dichas secciones.

Uno de los puntos que tocan estos dos locutores de radio es que se van mucho por el lado de la reflexión y por el lado de la superación personal de la gente, esto lo saben ellos mismos y creen que hay mucha gente que necesita

motivarse; aspecto que explotan al máximo los dos líderes de opinión, es notorio en los dos, ya que Osorio tiene especialistas que hablan mucho de estos temas y Esquinca de la misma manera con sus frases diarias y comentarios que hace, se refleja el interés por esa parte

Quizá la manera de hacerlo es diferente, pero el narrar, exponer o simplemente recomendar libros tan parecidos como los de Francesco, Deepack Chopra, “Las leyes de la atracción” son claves para ver por donde van encaminados sus comentarios, consejos y recomendaciones para que su público se inquiete por ese tipo de lecturas, y el éxito de los dos locutores va un tanto por ahí, es decir, a sabiendas de que hay gente que necesita de esa chispa para hacerlos sentirse bien.

Como radioescucha la voz tiene una influencia muy grande para reforzar la finalidad que se busca en cada programa que es darle a la gente una manera diferente u opción más de pensar. En el caso de Toño se va mucho a lo que es la alegría, la energía, incluso hasta los gritos, al imprimir cada uno de sus comentarios, lo que lleva a pensar que el público al que quiere llegar puede ser más joven, más relajado, no tan serio, que puede aguantar más alguna broma, más alegre.

En contraparte con Osorio su voz refleja más seriedad, más formalidad, más tranquilidad, lo cual conlleva a pensar que va a adultos, de otro tipo de carácter, que maneja de diferente manera sus emociones, ya que incluso son menores los comentarios en relación a la superación personal, aparte es probable que un jovencito o adolescente se identifique con la voz de Esquinca que la de Osorio por su alegría y jovialidad imprimidos en el micrófono.

Aunque también hay que hacer notar que cuando quiere hacer un comentario Esquinca de mucha reflexión le imprime un grado de seriedad y seguridad a lo que dice en donde hay veces que los fondos musicales son omitidos quizá por la importancia que le quiere dar a ese tipo de mensajes y esto le quita un tanto la linealidad que pudiera llegar a tener el programa, es decir, ese aspecto quizá

tan pequeño hace sentir el programa no tan cuadrado como pudiera escucharse si solamente hubieran, gritos de alegría, de risas, y de entusiasmo.

A diferencia de Mariano que se nota un hombre más tranquilo, más calmado, de menores gritos aunque también bromista, pero siempre con un lineamiento a seguir para respetar horarios (de secciones); de ahí que pueda ser una razón y diferencia por la que a Esquinca se le termina el tiempo de su programa y no emite algunas secciones, ya que Osorio tiene un gran respeto por los horarios de las secciones de su programa.

La variedad de temas tratados en su programa va directamente proporcional al público que lo escucha, es decir, Mariano durante sus siete horas de programa habla de cultura, política, reflexiones, entrevistas a artistas, de periodismo, así como música, y es como lo escucha una variedad de personas tales como pueden ser más madres y padres de familia, ancianos, niños (principalmente los sábados), gente de todo tipo de nivel socioeconómico, pero es muy notorio que el público al que va dirigido es de nivel A/B y C (que son de posición económica media a alta); pero dentro de estos niveles quienes más lo escuchan son las mujeres.

También es notorio el estudio de las personas a las que quiere ir dirigido "Hoy... con Mariano" ya que él sabe perfectamente a la hora y día a la que pueden tener éxito sus secciones, ejemplos de esto hay varios; una es la de los sábados de 9:45 hrs. y 10:45 hrs. en el que los niños están en sus casas y pueden marcarle en su sección "Colorín colorado" es muy cómoda para que el público infantil lo pueda escuchar sin levantarse temprano y no tan tarde para que los distraiga de otra actividad.

Otro ejemplo de ello es cuando pasa las secciones de "La narración", que es cuando se puede entender que la gran mayoría de personas están en su trabajo o en su casa y por lo tanto le pueden prestar más atención a diferencia de hacerlo en horas pico (que es cuando mucha gente se traslada a su trabajo) ya que tendría menos aceptación, pero no por ser desagradable, sino porque no se le pudiera poner la atención necesaria.

Una de las diferencias que puedo también mencionar en cuanto a los contenidos es que Toño Esquinca no se mete en asuntos del país como lo hace Mariano Osorio ejemplo de esto es cuando recién habían tenido una reunión legisladores del país con concesionarios de la radio y televisión, así como líderes de opinión de los mismos grupos para hablar de la reforma electoral en la que se le estaba quitando a los partidos políticos en época de elecciones comprar espacios de radio y televisión, únicamente iban a poder utilizar el tiempo que deben dar los medios de comunicación por ley.

En el transcurso de la semana del 10 al 14 de septiembre del 2007 sólo una persona habló en la sección de “Grítalo” y sólo tocó el tema muy superficialmente como el hecho de decir que ya dejaran de estar discutiendo los legisladores y que mejor se pusieran a trabajar, sin hacer mayor comentario Toño Esquinca; ya que todos los medios de comunicación hablaban de esos temas (obviamente quejándose).

A diferencia de Mariano Osorio que en su sección de “Palco deportivo” en la que habla con Alfredo Domínguez Muro, mencionó que al rato ellos mismos podrían ser censurados ya que no iban a poder libremente decir lo que quisieran, apuntando el ataque de parte de los legisladores a los líderes de opinión (mayormente a los que hablen de política) y obviamente a los dueños de los medios de comunicación.

Este es un claro ejemplo de la influencia de los líderes de opinión ya que si la población no está informada, ellos son los encargados de llevar ese mensaje interpretado por ellos y hasta con cierto grado de influencia o deformado por ordenes de los concesionarios ya que en esa misma reunión mostraron su total rechazo a dicha reforma ya que son afectados por que ya no recibirán las cantidades que reciben en las campañas electorales.

Los mismos concesionarios en esa reunión llevaron a sus más representativos líderes de opinión como en TV Azteca a Patricia Chapoy, Ricardo Rocha, Javier Alatorre, de parte de Televisa a Joaquín López Dóriga, Carlos Loret de Mola, entre otros más, esas presencias y opiniones podían influir más que las

de los propios concesionarios (estaba al aire la transmisión), la gente los puede ubicar y hacer más caso a los líderes que a los mismos dueños y así podrían penetrar más en la gente en el papel de víctimas por los cuestionamientos de los líderes de opinión en ese momento.

Pero este es un ejemplo de las diferencias de los dos locutores a analizar, uno habla de situaciones actuales de política y el otro no.

Existe un promocional de Mariano Osorio en el cual se menciona a este locutor como a alguien que sabe escuchar, entender, se dirige a los radioescuchas de manera fácil y sencilla, es muy humano, se trata de transmitir a Mariano como a un gran amigo y una persona de mucha confianza.

Este promocional es una total mentira, en mi caso puedo mencionar por lo menos al no tener disponibilidad para atenderme o para darme una respuesta directamente para analizarlo, por tal motivo pierde credibilidad este promocional y si alguien no cree puede comprobarlo tratando de comunicarse directamente con Osorio o vía correo electrónico.

Por otro lado se ve muy descarado el aspecto comercial que tiene el programa "Toño Esquina y la muchedumbre", de igual manera tiene una parte en la que se menciona que en Mix FM. hay menos comerciales y más música o más específicamente aún (esto sucede mucho en el programa) al mencionar que en un minuto regresan con más música.

Esto siendo más estrictos debería ser castigado, es un engaño al auditorio, porque no cumplen con lo dicho en esos promocionales, tardan más de un minuto y esto quiere decir que mencionan mentiras para retener al radioescucha.

Solo que para que esto pudiera ser sancionado falta mucho ya que muchas estaciones emiten mentiras para retener a su auditorio y poca atención le ponen los que pueden regular este tipo de faltas

3.3 Programación musical en los dos programas radiofónicos

Tanto Grupo Radio Centro como Grupo Acir tienen su competencia directa en relación al tipo de música que programan en dichas estaciones.

Por un lado, la programación musical del programa de Mariano Osorio se compone de baladas románticas y tienen como competencia directa a la estación: La nueva amor 95.3 de FM. de Grupo Acir al programar el mismo género musical.

Por otro lado, el tipo de música que se presenta en el programa de “Toño Esquinca y la muchedumbre” es música en inglés de los 80, 90 y más, tal como lo menciona su promocional, teniendo como competencia a las estaciones Stereo Universal en el 92.1 y Alfa 91.3 ambas transmiten en la banda de Frecuencia Modulada y pertenecen al Grupo Radio Centro.

Uno de los cantantes más escuchados en las estaciones de baladas románticas como Stereo Joya y La nueva amor 95.3 es Luis Miguel, es muy vendido su material discográfico en nuestro país.

Dicha aseveración tiene la siguiente lógica dentro de la competencia; de tal manera que de 9:00 hrs. a 10:00 hrs. transmiten música únicamente de Luis Miguel en La nueva amor 95.3 (perteneciente a Grupo Acir donde a esa hora Toño Esquinca tiene al aire su programa), y horario en el que Mariano esta transmitiendo.

De la misma manera de 19:00 hrs. a 20:00 hrs. sucede lo mismo, programan únicamente música de Luis Miguel en la estación mencionada de Acir y al mismo tiempo en Stereo Joya a las 19:50 hrs. retransmiten la narración de Mariano Osorio.

Esto obviamente lleva la intencionalidad clara de generar competencia a través de la programación musical del artista más tocado por las dos estaciones

radiofónicas de formato de balada romántica; esto es porque un estudio realizado por el periódico Reforma destacó un monitoreo del día 15 al 17 de Agosto del 2007, de las 6:00 hrs. a las 22:00 hrs. en el cual La nueva amor tocó al artista 32 veces y en Stereo Joya 12 veces, esto recordando que la estación de Acir tiene dos horas completas de 9:00 hrs. a 10:00 hrs. y de 19:00 hrs. a 20:00, dedicadas a programar música de Luis Miguel y por intención o casualidad a la hora que Mariano Osorio tiene su programa en los micrófonos de Stereo Joya.

Esto es parte de hacerle competencia a “Hoy...con Mariano” por parte Grupo Acir en la parte musical con el artista que más vende en este genero.

Esto no es exclusivo de estas dos estaciones, sino de la gran mayoría de emisoras de radio del Distrito Federal, lo cual no da tanta alternativa al radioescucha a tener diversificación en cuanto a la música, especialmente en el programa de “Toño Esquina y la muchedumbre”, ahí no hay nuevos temas, su música es del pasado, ni mucho menos apertura a nuevas voces.

La influencia de la música entre las personas es mucho muy grande ya que ésta puede crear estilos de vida y hasta moldear un pensamiento, se puede decir que hay gente que escucha música para múltiples cosas como: para meditar, para bailar, para concentrarse en otras actividades y gente en especial que le pone atención a la letra.

En relación a las letras de canciones hay de desamor, de amor, de recuerdos, para bailar (por el tipo de ritmo), de reflexión, de análisis hacia la vida, etc., un sin fin de mensajes llevan las letras y música de las canciones y éstas llevan a moldear estilos de vida, desde los pensamientos, hasta la forma tan notable de vestir, de peinar, de actuar, como los chicos punk, los chicos, dark, los chicos emmos, los chicos rockeros, los chicos pop, etc.

Aquí lo destacado es que incluso pueden convertirse estos radioescuchas en fieles seguidores de ciertos cantantes que escuchan y de esta manera éste puede llegar a ser un líder de opinión, mueven grandes masas, y a la vez ser

seguido en todo lo que dice por su identificación con sus letras (en algunas ocasiones ellos no componen, sólo interpretan), pero son muy seguidos por su carisma o características que manejan como líderes.

Esto puede llevar a ciertas actitudes de grupos o personas que comparten formas de pensar, que a su vez pueden ser emitidas por algún cantante con el que se identifica un grupo, ejemplos de estos hay muchos en la historia, como los Beatles, los Doors, los Rollings Stones, etc. que llegaron a marcar ciertas épocas y movimientos en la historia del mundo que tienen como patrón común cierto tipo de música y ciertos ideales.

Un ejemplo muy claro de esto se puede ver en la época de los Beatles que había clubes de fans en todo el mundo y gran cantidad de seguidores, por lo que las letras, ritmos, mensajes dejaron ver su influencia en muchas partes del mundo y tan grande fue ese movimiento que en la actualidad a pesar de varias décadas sigue perdurando en la gente actual, por identificarse con ellos; y existe gente que se especializa en el estudio de ese grupo.

Esto es a tal grado de que se siguen tocando melodías de los Beatles en un programa llamado “La hora de los Beatles” que transmite Grupo Radio Centro en su estación Stereo Universal en el 92.1 de FM. y es un éxito tal programa que lleva años al aire y no sólo son programadas canciones sino dan una remembranza de anécdotas y experiencias del momento en que se escribió una melodía o lo que ocurría en el mundo en el que tenía éxito alguna canción del grupo mencionado, o lo que hacían y decían los integrantes del mismo, y que la gente los seguía, convirtiéndolos en líderes.

En el caso de los dos programas a analizar la música juega un papel importantísimo en la finalidad de los dos programas de radio.

Por un lado en “Toño Esquina y la muchedumbre” la música es muy alegre de mucho ritmo, de igual manera se le puede hacer más caso al ritmo que a la letra (juegan dos papeles importantes), realmente no todos los radioescuchas de éste programa dominan este idioma.

Esto acompañado de las intervenciones del locutor de manera alegre, entusiasta, positiva, motivante, y agregándole las secciones que llevan el mismo fin, todo esto le ha dado mucho éxito al programa, dejando claro el fin que es alegrar, motivar, elevar los ánimos de su auditorio.

Por otro lado, la música que se programa en “Hoy... con Mariano” lleva a la tranquilidad y serenidad desde la voz del locutor pasando por la mayor atención a la programación musical en español, esto puede llevar a mayor requerimiento de atender la letra y mensaje de algún cantante, y en gran medida esto es parte del éxito de estos programas la conjunción entre la música y estilo de la personalidad que tiene Mariano Osorio y Toño Esquinca.

La misma música en los dos programas va llevando de la mano la intencionalidad de lo que busca cada locutor con su programa, mientras uno busca la alegría, el entusiasmo y la reflexión, el otro busca la tranquilidad y serenidad, los dos buscan cosas similares pero de diferentes maneras y lo logran haciendo sentir lo mejor posible a los radio escuchas.

Por lo anterior existe una diversidad de radio escuchas que es muy variada así como sus gustos y sus maneras efectivas de sentirse bien. Por lo que cada locutor tiene su público definido para llegarle de maneras diferentes pero exitosas.

3.4 Interacción de los dos locutores con sus radioescuchas dentro y fuera de su programa

En ésta parte hay cierta diferencia entre los dos líderes de opinión a estudiar, en “Toño Esquinca y la muchedumbre” hay un diseño de más interacción con la gente a diferencia de “Hoy... con Mariano”.

Razón por la que me lleva a mencionar más elementos a destacar en el programa de Esquinca.

Toño no sólo tiene interacción con su público a través de su programa de radio, sino también tiene dinámicas que lo llevan a convivir personalmente con su auditorio entre ellas pueden surgir invitaciones de cenas con el locutor, conferencias a escuelas, firmas de sus libros (“Transforma tu realidad” y “Plan de vuelo”) de manera personal, entrega de premios, llamadas que contestar al aire, es decir, tiene más labor interpersonal con su público.

Mix 106.5 de FM. tiene su página de internet, pero Toño Esquinca tiene gran espacio dentro de ella aparecen podcast del locutor (videos mencionando su opinión acerca de algunos temas), frases mencionadas en su programa, fotos y videos de cuando asistió al mundial de fútbol de Alemania 2006, pide que le envíen fotos para agregarlas a su propio espacio de internet (y hay mucha gente que lo hace, por la gran cantidad de fotos que aparecen publicadas).

De igual manera dentro de ésta página de Mix está la parte del chat en la que comúnmente platica el auditorio entre sí. Y ocasionalmente los viernes a las 17:00 hrs. entra Toño Esquinca a chatear con los cibernautas de esta página y ahí adentro se refleja en ese horario un cambio muy grande de personas que entran precisamente a esa hora (a sabiendas que ahí estará Esquinca) y es evidente que todos quieren conversar con él, prácticamente todo mensaje es dirigido al locutor mediante saludos y preguntas de todo tipo, esto llega al grado de tener una desorganización porque muchos entran en cualquier momento dentro del horario mencionado, y es evidente que esos internautas lo quieren mucho por todos los comentarios de cariño, agradecimiento, aprecio y felicitaciones que le hacen llegar.

En este chat aparte de estar en contacto con el público de Mix también es notorio que Esquinca quiere profundizar en temas como las leyes de la atracción, los poderes de la mente humana, de cosas espirituales y temas afines, los cuales le han colocado en la preferencia de los radioescuchas.

Otro medio tecnológico del que hace uso Esquinca para estar en contacto con su público es a través de los medios de comunicación como es el caso del sitio de internet del periódico El Universal, el cual le da mucho seguimiento a “Toño

Esquinca y la muchedumbre”, hasta ha tenido charlas digitales con los lectores de dicho diario y eso muestra intención de querer tener más acercamiento con la gente. Ese mismo periódico le ha dado también cobertura a Mariano Osorio en cuanto a planes y proyectos en puerta o ya realizados, pero únicamente lo hace de manera informativa y no interactúa como Esquinca.

A diferencia de “Hoy...con Mariano” que es un programa consolidado, pero que la interacción con la gente la tiene únicamente en pequeños espacios con sus radio escuchas (en la sección Contesta y gana), ya sea para hacerlos participar y corroborar que están escuchando su programa mediante dinámicas con canciones que programa en cierto momento el locutor.

Llama al azar dentro de su auditorio previamente registrado para participar y si es acertada la melodía y cantante elegido gana un premio económico, o simplemente lo pierde y ese es el momento en que interactúa con la gente adulta ganadora, preguntándole cosas superficiales como a qué se dedica, su edad, qué está haciendo en ese momento, por mencionar algunas preguntas.

Pero la dirección que el líder de opinión (Mariano) se la sigue dando con esa pequeña charla, sin salirse de la línea del tema que es la canción y el cantante del tema musical a mencionar, sin permitir que se hable de otra cosa (al menos que se hable de algún saludo o petición musical).

La otra manera de interactuar es leyendo lo que le escriben sus radio escuchas; esto no ocurre así con su público infantil, con ellos los sábados y domingos en la sección Colorín colorado interactúa mucho al hacer adivinanzas de manera amena para ambos, tanto niños como locutor y compañeros de cabina lo hacen muy ameno y muy natural.

Algo notorio en el programa de Osorio es su poca interacción con el público adulto, ni telefónicamente y menos aún de manera personal. Su principal conexión con sus radioescuchas es vía cartas o correos electrónicos, estos son leídos y si son interesantes o le llaman mucho la atención les da seguimiento en días posteriores para que impacten a su auditorio. Aunque es difícil que al

aire pase una llamada telefónica y la atiende, esto no quiere decir que nunca interactúe con su público directamente, sino más bien lo hace de manera diferente a Toño Esquinca y con menos frecuencia.

En “Toño Esquinca y la muchedumbre” sucede que éste locutor telefónicamente es más abierto, es decir, a las personas que atiende les dedica tiempo necesario para atenderlas al aire en caso de alargarse la plática les pide que no le cuelguen para seguir conversando con ellos, es decir, puede estar hablando de la lectura de alguna frase o pensamiento del día y si alguien llama para proponer algo referente al tema lo atiende al aire.

También puede hablar de algún momento agradable para recordar (de parte del auditorio) como en el caso de la sección La pregunta del día e incluso es importante mencionar que algunas secciones que ya las quitaron eran también de mucha interacción telefónica con el auditorio como es el caso de: Mentes cochambrosas, en la cual se mencionaba alguna frase que se prestara al doble sentido o al albur y de ahí salían muchos argumentos para poder conversar de manera amena con sus radioescuchas.

Otro es el espacio de la sección Grítalo, en la cual tiene ciertos segundos el radioescucha al llamar para mencionar ciertas inquietudes, otro importante es cuando pide que le marquen para cantar un mantra final (“La canción feliz”) con el cual siempre despide su programa, estos son un ejemplo entre varios de la interacción que tiene con su público.

3.5 Impulso económico que le dan a cada locutor

Aquí cabe mencionar que en el programa de Toño no hay mucho personal que labore con él o si lo hay no le prestan tanto el micrófono, no se deja escuchar a nadie más que a la muchedumbre (que tan sólo son efectos de radio) Alfredo Romo es quien da el resumen de noticias dentro del programa y Lalo quien es el que está a cargo de la promoción de la estación y un asistente de producción llamado Juan Carlos Rodríguez, de igual manera los radioescuchas que como

he dicho son con quienes retroalimentan a Toño Esquinca en todo su programa.

El trabajo en equipo indudablemente es algo mucho muy importante que marca diferencia entre los dos programas de radio, el de Toño con muchísimo menos presupuesto, menos personal y poca promoción ha tenido logros considerables.

El programa de Mariano tiene una mayor estructura en la cual se cumplen horarios más apegados a las diferentes secciones y está más diseñado para que el locutor tenga la mayor intervención posible.

Ésto se puede entender por la diferencia de tiempos al aire entre los dos programas (dos horas y dos días) y el presupuesto que tiene cada uno, por consecuencia numéricamente los colaboradores que están con cada locutor varían; esto marca otra diferencia en cada programa.

Esquinca no tiene la publicidad y promoción que le dan al programa de Stereo Joya, a Mariano como locutor y en ocasiones como personaje de televisión, ya que a Osorio lo podemos encontrar en diferentes espectaculares de avenidas principales, tiene espacios en columnas de medios impresos como: la revista Teleguía (revista que ya desapareció, pero tuvo mucho éxito), el periódico El Centro y espacios comerciales de múltiples medios impresos, sin olvidar que también Mariano es la voz oficial del Grupo Radio Centro.

También tiene discos compactos de pensamientos y poemas que son comercializados incluso hasta dentro de la piratería, es decir a Mariano se puede escuchar hasta en mercados, en el sistema de transporte colectivo Metro, llegando a personas de nivel medio bajo económicamente, sin olvidar que su programa es diseñado para amas de casa y personas de nivel medio a alto económicamente, marcando con esto una amplia gama de receptores, lo cual es apoyo también por parte de las compañías disqueras (en cuanto a discos legales).

Cuando se hace algún llamado a la sociedad, es decir, un mensaje o agradecimiento de parte de la empresa a la comunidad es emitido con la voz de Mariano Osorio en las estaciones como pueden ser La Z, Alfa, Stereo 97.7, Stereo Universal y el resto de las estaciones de Grupo Radio Centro.

Esto hace muy evidente el gran apoyo que se le da al locutor por parte de Grupo Radio Centro.

En Toño Esquinca y la muchedumbre es notorio el menor respaldo económico que le dan comparado con Osorio, la voz de Toño sale en las siete estaciones de promocionales de Acir pero aún tiene que dar ese plus de su parte y a su alcance de diferentes maneras como asistiendo a firmas de autógrafos de su libro, dando conferencias en escuelas y universidades, asistiendo a eventos o enlaces que lo acerquen más a su público, incluso haciendo programas en vivo desde lugares como La Ciudad de los niños.

Esto resulta de menos alcance pero en términos de la empresa es mucho menos costoso.

Al hacer referencia de las diferencias abismales que tienen en presupuesto los dos programas, tan sólo se puede hacer mención en términos económicos de los espectaculares y de la publicidad en medios impresos, sin contar los anuncios comerciales en su desaparecido programa de televisión por parte de Mariano Osorio.

En cuanto a los espectaculares puedo mencionar una media del costo mensual que cobran las empresas dedicadas a los anuncios de este tipo; esto depende de la ubicación de los espectaculares, de las avenidas, de la cantidad de espectaculares que se quieran contratar y del trato que hagan entre ambas empresas (la perteneciente a Grupo Radio Centro y la dedicada a la publicidad de espectaculares).

Aquí se pueden hacer paquetes especiales por la cantidad de anuncios espectaculares que quiera la empresa en este caso Grupo Radio Centro, es

decir, entre más cantidad de espectaculares puede costar más barato cada anuncio.

Pueden existir también intercambios entre ambas empresas, esto significa el dar espacios espectaculares en ciertas avenidas a cambio de que la radiodifusora anuncie los servicios que da la empresa de este tipo de publicidad ó incluso también pueden existir tarifas especiales si ambos dueños de las empresas tienen relaciones cercanas, esto es muy variable y hasta confidencial.

Pero en promedio sacando una media del costo de un espectacular en alguna avenida transitada oscila entre los 50 mil ó 60 mil pesos mensualmente; esto también puede negociarse si lo quieren de una manera rotativa para el espectacular. Rotativa es cuando es contratado el servicio de un espacio espectacular y es cambiando a diferentes zonas que no tienen algún anuncio contratado, eso equivale a tener un menor costo y como ventaja da la impresión de estar en varios lugares ese mismo anunciante, lo cual se cree como receptor de dicha publicidad es muy promocionada y difundido cierto locutor o programa radiofónico.

En la parte de la publicidad de medios impresos como revistas, es mucho muy variable y esto es también a reserva de algún convenio o trato que tengan entre ambos dueños de las dos empresas.

También aquí se puede sacar una media del costo tarifario de revistas, Mariano con su programa tiende a salir mucho en esos medios impresos, donde el valor oscila entre los 150 mil pesos a 250 mil pesos mensuales en revistas de alta demanda por la gente.

En revistas de bajo tiraje el costo es mucho menor, aquí se considera si es poco vendida una revista y de igual manera el estar en tintas de blanco y negro o el tipo de papel son factores que influyen para que el anuncio sea más barato tomando como media aproximadamente 50 mil pesos mensuales.

Ahora con la etapa que tuvo Mariano en televisión fue necesario promocionar el programa para empezarlo a dar a conocer como fue en inicios del 2009, y una vez así, de igual manera era promocionado dentro de la barra de la programación del Canal de las Estrellas.

Esto obviamente tiene un costo, tiene un valor doble, por un lado llegar a más gente y por consecuencia en radio tener mayor impacto por la promoción hecha ahora por este medio de mayor alcance e impacto con la gente y cargando el costo publicitario ahora tanto para Televisa como para Grupo Radio Centro, porque ya son dos programas en diferentes medios a los cuales hay que promocionar con el mismo conductor y locutor.

Como se puede notar el tener apoyo de parte de un medio tan masivo como es la televisión, marca más aún la diferencia para entrar al público receptor de radio y televisión, ya que esto hace un trabajo conjunto, donde ya hay más gente implicada.

En cuanto a radio puedo comentar que al no poder acceder con Mariano Osorio a una cita que le pedí vía correo electrónico (como me lo pidieron en la estación), no logré constatar el número exacto o aproximado de las personas que trabajan con él; pero en sus agradecimientos que ha dado al aire en fechas importantes como cuando cumplió un año más de programa bajo el nombre de “Hoy... con Mariano” o en año nuevo nombró a más de diez personas.

A diferencia de Esquinca que no son más de cinco personas a su alrededor, haciendo más partícipe a sus radioescuchas.

El presupuesto que tiene Mariano le ha ayudado a ser el número uno, desde anuncios espectaculares, espacios en periódicos (El Centro) o revistas (Teleguía), libros, y en el 2009 en TV. son medios para que el locutor sea más conocido aún y tenga más penetración en los receptores.

Todo esto se puede entender por el tiempo que llevan ambos locutores con éxito en la radio, sólo que Mariano tiene una ventaja de prácticamente el doble

de lo que lleva Esquinca al frente de su programa y ésta puede ser una razón grande por la que Osorio goza de más confianza dentro de sus patrocinadores y dueños de la empresa para la que trabaja y así otorgándole mucha de su confianza.

3.6 Entrevistas a los dos locutores:

3.6.1 Mariano Osorio

A continuación voy a insertar las dos entrevistas integras que realicé a los dos locutores quienes fueron objeto de estudio en este trabajo:

Por parte de Mariano Osorio, debo mencionar que no se pudo hacer la entrevista como yo la hubiera querido, por razones que nunca entendí, la entrevista se pospuso por mucho tiempo y sin tener contacto directo con el locutor, después de varios meses de intentos, únicamente la obtuve vía correo electrónico.

Los intentos fueron variados, desde el buscar a Mariano Osorio en Grupo Radio Centro y tratar de concertar una entrevista con él, sólo recibí contestaciones de marcar por teléfono a diferentes personas para agendar una entrevista con el locutor de Stereo Joya.

Seguí tal cual me pedían los requisitos para obtener la entrevista de manera adecuada hasta llegar con el asistente, representante o productor de su programa radiofónico “Hoy... con Mariano” de nombre Eduardo Jiménez con quien tuve conexión telefónica para que Mariano me atendiera en la entrevista, al paso de los días me dijeron que este asunto no era tratable con la secretaria de Stereo Joya, sino con la persona antes mencionada.

El señor Jiménez me pidió que le pasara mis preguntas vía correo electrónico para reenviárselas a Mariano, pasaron meses y no obtuve respuesta de ningún tipo, por lo que le llamé al señor Eduardo y me pidió que nuevamente le

volviera a pasar mis preguntas, pues las había extraviado, lo hice y nuevamente espere tiempo considerable un tanto entendiendo la agenda del locutor de Stereo Joya, pero seguí sin obtener respuesta.

Volví a marcar al señor Jiménez y prácticamente me pedía que le volviera a marcar en otro momento, hasta que en una ocasión me contestó que él creía que Osorio Mariano ya me había respondido, a lo que le respondí que no.

Insistí con mis llamadas telefónicas hasta tampoco encontrar al señor Jiménez, y se acercaba Diciembre (día en el que se hace el Teletón y en el que participa Mariano) y en una de tantas llamadas me respondió el señor Eduardo, diciéndome que Mariano le había respondido que lo disculpara conmigo pero no podía atenderme en la entrevista, ni tampoco contestarme por correo electrónico mis preguntas.

Entendí que quizá era por falta de tiempo de Osorio, en el Teletón ví que salió Mariano y Toño Esquinca en alguna sección. Más tarde Osorio apareció con su programa de televisión, lo cual era lógico iba a atender más a Televisa que a mis preguntas.

En enero del 2009 empieza Mariano a salir en televisión, lo cual fue una excelente oportunidad para volver a llegar a él, pero a través de otras personas.

Dicha opción la aproveché llamando a las secretarias del productor del programa televisivo de Mariano, cuyo nombre es Fabiola Faz, quien se portó muy amable y quien dijo hacer todo lo que estuviera a su alcance para que Osorio respondiera a mis preguntas por correo electrónico, de manera personal no estaba en posibilidad de concertar una entrevista personal. Al paso de tres meses cambiaron de productor y el programa era sin público.

Esta alternativa me resultó más certera, a la segunda llamada telefónica que le hice a la señorita Fabiola, me respondió que volvería a insistir con la asistente directa de Mariano en televisión cuyo nombre es Lizbeth García.

Semanas posteriores recibí contestación de Mariano Osorio sobre sus respuestas vía correo electrónico, a pesar de estar en radio y televisión.

Dichas preguntas y respuestas las transcribo a continuación tal cual me fueron enviadas:

Lunes 04 de mayo de 2009

Hola Israel, soy la asistente de Mariano Osorio y te hago llegar sus respuestas

Recibe saludos

Lizbeth García

Hola Israel:

Me da gusto saludarte por este medio y agradecerte mucho tu interés por tener mi punto de vista para completar tu trabajo de tesis, de verdad gracias.

A continuación mis respuestas en el orden numérico consecutivo:

1.-¿Qué es para tí un líder de opinión?

Para mi un líder de opinión es aquel que en su entorno muestra credibilidad, compromiso y congruencia en relación con algún o algunos temas que son importantes para el mejoramiento de la calidad de vida en la sociedad.

No necesariamente es gente de medios de comunicación o de masas; un científico que estudia a fondo el tema de la influenza humana Ah1n1 para el desarrollo de una vacuna es un buen ejemplo.

2.-¿A qué atribuyes que en diferentes medios de comunicación te consideren líder de opinión?

Creo que he tenido la fortuna de desarrollar libremente mi trabajo en la radio desde hace muchos años y eso ha contribuido a que muchas personas prefieran esta opción con la que se sienten identificados, de tal manera que los

números del programa a manera de radiografía nos permiten tener una posición privilegiada, y esa información es conocida en los medios de comunicación así como a la vez yo sé del posicionamiento de otras estaciones y otros comunicadores en cada segmento poblacional.

Es un asunto de números no de percepción y para eso trabajamos incansablemente todos los días.

3.-¿Crees que un líder de opinión nace o se hace?

Naces con la vocación y más afortunado eres cuando la descubres a temprana edad, sin duda eso te ayuda a dar los primeros pasos, pero definitivamente la preparación , el entendimiento del medio, la comprensión de la guerra del rating, tu personalidad y el estudio constante van HACIENDO y perfilando el tamaño de tus responsabilidades.

4.-¿A quién consideras líder de opinión en la radio mexicana y por qué?

Respeto mucho el trabajo de todas las personalidades que hoy hacen la radio, no escatimo mi respeto para nadie porque sé el reto que significa mantenerse en el aire y cada quién en su género, ya sea musical, noticioso, cultural o cualquier otro merece mi consideración.

Siempre hay algo que aprender de los demás, su talento y su pasión me inspiran y como soy un verdadero fan de la radio procuro oír todo lo que puedo a cualquier hora, la radio me hipnotiza y me atrapa fácilmente.

5.-¿Puedes escribir en orden de importancia las características que debe tener un líder de opinión para ser considerado como tal?

Un verdadero líder de opinión debe tener: Conocimiento, congruencia, sensibilidad, responsabilidad social y pasión para lograr CREDIBILIDAD.

6.-¿Qué aspectos de los anteriores crees tener para que te consideren como una de las personas más influyentes: a tu carisma, a los temas tratados en tu programa, al grupo radiofónico para el que trabajas, a tu lado humano con la gente, a qué?

Comunicar todo aquello que contribuya al bienestar del ser humano ha sido de mi interés y la elaboración de los contenidos de mi programa están tratados en función de eso, sin dejar de lado el entretenimiento y la información.

Quiero decir que no es que yo decida lo que es mejor para la gente sino que la gente me hace saber que es lo que les importa y les gusta y yo simplemente tomo nota.

El verdadero reto de un trabajo como el que hago consiste en saber escuchar y más aún cuando sabes que la gente está atenta a tus programas.

7.-¿Crees que los medios de comunicación en especial la radio son importantes para influir exitosamente?.

Estoy seguro de que la radio es una excelente opción para estar en conexión directa con la gente y que si la estación o el programa ha sido preparado cuidadosamente tienes en tus manos la oportunidad de crear una radio poderosísima que influya positivamente en la vida de las personas, este es un criterio que por supuesto aplica cada quien a su manera.

Es innegable el poder de influencia que la radio tiene, así como también es innegable que el público de la radio es exigente, inteligente y analítico dada la enorme libertad de expresión de la que hoy gozamos y la voraz competencia que existe entre estaciones y grupos radiofónicos.

8.-¿Dentro de los líderes de opinión de una sociedad, en qué lugar colocarías a un locutor de mucha audiencia como tú?

Es una pieza más del rompecabezas, todo suma y creo que esto obliga a que entiendas con respeto la función que tienes en tu medio que al ser potencialmente masivo te da un espacio de privilegio en la confianza de la gente.

Obligada es la preparación continua, el análisis y la autocrítica para estar a la altura de lo que el público merece y no defraudar su confianza.

9.-¿Crees que los líderes radiofónicos tengan la preparación suficiente para concientizar de la responsabilidad que tienen al estar frente a un micrófono?

Creo que como en otros círculos hay de todo; ya sea médicos, contables, administrativos, obreros o sindicales pero en general si destacaría que es tanta y tan fuerte la competencia que no puedes optar por menos que buscar la excelencia porque la gente le cambia y no regresa contigo, así de fácil y sin un buen rating el cuento se acaba. (Estamos hablando de las grandes ligas de la radio obvio).

10.- ¿Qué tipo de líderes nos gobiernan?

Hoy vivimos en un sistema democrático dominado fundamentalmente por tres partidos políticos con sus buenos, regulares y malísimos elementos que a veces como chapulines solo brincan de un color a otro buscando su propio beneficio y nada más.

Han estado ahí por muchos años y adolecen de credibilidad en su gran mayoría.

11.-¿Qué tipo de líderes necesita nuestro país?

Remítase a la respuesta 5.

12.-¿A qué líder de opinión admiras en la historia ó en la actualidad y por qué?

Admiro a mucha gente: Julio Scherer, Wayne Dyer, Jaime Sabines, Dr. Rodolfo Neri Vela y una muy larga lista de gente valiosa.

13.-¿Alguna vez algún locutor influyó en tí (anímicamente ó en algún punto de vista que te lo hiciera cambiar) en cierto momento, si es así quién fue?

A los seis años las radionovelas como producto, hicieron que mi visión del mundo fuera muy distinta y estoy seguro de que me marcaron de una manera muy importante.

Fue un placer Israel y te deseo éxito en tu tesis.

Con afecto.

Mariano Osorio.

3.6.2 Toño Esquinca

Un primer intento para entrevistarle se da cuando le mandé mi petición a su programa “Toño Esquinca y la muchedumbre”, esto a través de un correo electrónico el día 21 de Mayo de 2009 a la siguiente dirección: aesquinca@grupoacir.com.mx.

Momentos después recibí respuesta por la misma vía en la que me pedía que para el martes 26 de Mayo de 2009 lo buscara en Grupo Acir para la entrevista, antes no era posible debido a algunos compromisos que tenía.

Ese martes en el cual habíamos quedado, le recordé de igual manera vía correo electrónico la confirmación de la cita cuando prácticamente iba rumbo a Grupo Acir; sólo que recibí respuesta por el mismo medio dejándola pospuesta para el siguiente día.

El miércoles 27 de Mayo de 2009 con puntualidad, preguntas y grabadora preparada de mi parte esperé alrededor de hora y media, posteriormente muy amablemente me atendió en el lobby de Grupo Acir, tenía poco tiempo para darme la entrevista a palabras del mismo Toño, alargándose dicho encuentro a 42 minutos sin dejarme preguntas sin contestar.

Trascribo las respuestas que obtuve en ese encuentro con Esquinca, en esta se menciona su manera de pensar tal cual es, aún dejando de lado las repercusiones que puedan tener sus opiniones respecto a su alma mater que es la UNAM, pero aún así dice lo que cree de este tema y sin complicaciones de lenguaje hace notar sus puntos de vista.

Miércoles 27 de mayo de 2009.

1.-¿Qué es para ti un líder de opinión?.

Un líder de opinión para mí es la persona que realza valores, que rescata valores, que inyecta valores y que invita sobre todo a las personas a rescatar lo mejor de cada uno de ellos, eso para mí es un líder de opinión, lejos de política, lejos de religión, lejos de fútbol un líder de opinión es quien va a incitar a las personas a rescatar lo mejor de cada persona, nada más.

2.-¿A qué atribuyes que en diferentes medios de comunicación te consideran líder de opinión?.

No para nada, yo todavía no me considero líder de opinión.

Más bien un líder de opinión para mí por ejemplo hablando más en términos de la facultad, en su momento, para que mejor se entienda la idea fue Gandhi. Él era un revolucionario, quería lo mejor para su país y jamás agredió a nadie y nunca estuvo en contra de nadie y siempre lideró, porque para mí un líder de opinión es el que liderea sentimientos y los sentimientos tienen que ser para una mayor calidad humana para omitir lo de bueno y malo, tienen que ser sentimientos para elevar la calidad humana.

3.-¿Crees que un líder de opinión nace o se hace?.

Yo creo que se hace, se va haciendo, dependiendo de las convicciones que tenga.

Vuelvo a lo mismo, un líder de opinión se tiene que ir haciendo respecto al enfoque en el que haga su trabajo, un líder de opinión como su nombre lo dice líder no es el que impone sino el que inspira, lo que pasa es que el líder de opinión se puede confundir mucho con famoso que no es lo mismo; una persona famosa no es un líder de opinión, y desgraciadamente se está confundiendo y más en nuestro país, lo vemos en la política, también no sólo en los medios o sea ¿cómo? Ana Gabriela Guevara habrá sido una chingona corriendo carreras pero no sabe gobernar ó un clavadista Fernando Platas cómo va a gobernar un país, cómo va a promover leyes o cómo va a objetar leyes, serán buenos en lo que hacen pero no saben gobernar.

Y un líder de opinión no es lo mismo que un famoso, un famoso es famoso y ya por azares del destino, y un líder de opinión es el que inspira, te tiene que inspirar algo, pero siempre te tiene que inspirar desde un punto de vista muy personal algo para bien, no algo para estar en contra de algo establecido nada más por estar en contra sino que un líder de opinión inspira lo mejor para cada ser humano.

4.-¿A quién consideras líder de opinión en la radio mexicana y por qué?.

Te puedo decir en la tele el único líder de opinión que tiene este país es Chabelo, es el único líder de opinión al que le guardo credibilidad y al único que admiro porque ha estado haciendo lo que ha estado haciendo durante décadas y porque es transparente el señor, y porque enseña muchísimo, le enseña respeto a los padres de familia, le enseña respeto a los niños, no nada más es el señor viejito que habla como niño de bermudas, sino que tiene muchísimos mensajes de mucho valor que necesita nuestro país; y desgraciadamente al único líder de opinión que considero en el país es a Chabelo, ese es al que yo veo que es un líder de opinión.

Fíjate nada más cómo estaremos que Chabelo es el único líder de opinión; en el radio hígole honestamente no sabría decirte quién es un líder de opinión, por más que le quiero buscar pues nomás no hay líderes de opinión en la radio, en la tele yo creo que en México el único es Chabelo.

Vuelvo a lo mismo no hay que confundir liderazgo de opinión con fama, porque pues podría haber muchos líderes de opinión si lo confundimos con fama y el rating, la fama no te da credibilidad, el líder de opinión tiene que estar muy relacionado con la credibilidad, yo le creo más a Chabelo que al que tuvo el problema con Radio Centro, Gutiérrez Vivó, o que Martínez Serrano, o que a Zabudovsky, o que a López Dóriga, o que a Javier Alatorre, creo más en el trabajo de Chabelo honestamente.

5.-¿Puedes decirme en orden de importancia las características que debe tener un líder de opinión para ser considerado como tal?.

Integridad, esa es la primera característica, quiere decir que tiene que ser un ser integral, tiene que vivir de la misma forma en la que piensa y la misma forma en la que transmite un mensaje en un medio de comunicación.

Por eso los comunicólogos que están a punto de salir, que quieren dedicarse a esto tienen que ser primero congruentes, si te gusta el fútbol o te gustan los coches tienes que ser un especialista en coches y encontrar la forma, vivir, tu mundo tiene que girar en torno a los coches para que puedas ser alguien que pueda transmitir la sensación de un coche en carreras, tienes que ser congruente en lo que amas en la vida, en lo que apoyas en la vida, lo que te fascina y apasiona en la vida, tiene que haber congruencia en ese aspecto.

Esa es una, primero ser un ser integral, en segunda tienes que seguir valores, con civismo, el civismo no es una materia y el civismo ni siquiera va relacionado, ni siquiera en lo más mínimo con los aspectos políticos o sociales de un país, el civismo va más allá, el civismo es casi casi (sic) como espiritualidad, porque una persona que es cívica siempre va a querer lo mejor para sí mismo primero, para su familia, para su país y después para todo el

mundo, es una persona que es congruente, es una persona que no se pasa el alto no porque lo vayan a multar, o porque está el poli y lo quiera morder o sacar una infracción; no, el que es cívico no se pasa el alto porque no se lo debe de pasar, porque está el alto para algo, son para mí las características que tiene que tener un líder de opinión.

Y ante todo y la última, la tercera es que tiene que ser transparente, la comunicación hoy en día se tiene que hacer de una forma transparente, se tiene que hacer sin clichés, sin reglas, sin cosas establecidas sino transparencia total.

6.-¿Qué aspectos de los anteriores crees tener para que te consideren como una persona influyente: a tu carisma, a tu manera de llevar tu programa, al grupo radiofónico para el que trabajas, a tu lado humano con la gente?.

La muchedumbre yo creo que es lo mejor de todo, pero lo que creo es que... hígole yo no te podría decir quien soy yo para decir lo que tengo o lo que no tengo, lo que sí te puedo decir es lo que me falta.

Me falta mucha congruencia en mi vida, me falta ser congruente en lo que anhelo transmitir, y lo que siento y pienso, me falta unir esas tres cosas y me falta hacer más por el despertar de las conciencias en mi ciudad, por lo pronto ya no en mi país, sino en mi ciudad, mi colonia, me falta contagiar más de ejemplo, porque las cosas se cambian por contagio pero dentro de mi casa, dentro de mi cuerpo, dentro de mí, las cosas no se cambian yendo a una marcha o uniéndote a un grupo que esté frente a otro grupo porque caes en lo mismo, las cosas se cambian por contagio de ser, vuelvo al término que te dije hace rato; cívico, de tener la conciencia de porque estoy haciendo o dejando de hacer las cosas, por amor a mi entorno, a mi ciudad, a mi familia, a mí, por respeto y todo se reduce a los valores.

O sea creo que todavía me hace falta muchísimo ser congruente y enfocar todos mis valores para poderlos transmitir al aire y sobre todo llevarlos a cabo en mi vida, porque como todos los seres humanos pues también cojeo de un

pie y el chiste es empezar a ser cada vez más congruente, yo creo que me falta mucha congruencia en eso todavía por aprender, y me falta mucho por alcanzar y mucho por transmitir, esto nunca se acaba yo creo que mientras vas aprendiendo y evolucionando en la vida vas aprendiendo otras cosas y quieres transmitir esas cosas.

7.-¿Crees que los medios de comunicación en especial la radio es importante para influir exitosamente?.

Sí, desgraciadamente y mira lo que te digo, desgraciadamente sí influyen bastante en un país como México, digo desgraciadamente porque hay quien los usa como un medio meramente mercantil como todo, yo también tengo anuncios y tengo que hacer anuncios y tengo que apoyar la publicidad porque a final de cuentas el medio de comunicación es un negocio; pero yo creo que hay que saber contrarrestar o hay que tener ética, para poder influir, ante todo un líder de opinión debe tener muchísima responsabilidad, valores, congruencia, etc.

Sí influye desgraciadamente para bien o para mal, pero sí influye, entonces yo creo que sí hay que tener más cuidado en lo que uno pueda decir o en lo que uno pueda animar a la gente a hacer, porque sí te llega a creer la gente a final de cuentas y cuando te empieza a creer la gente es cuando tienes que tener responsabilidad de todo el poder que estás teniendo porque hay gente que lo usa muy mal lo usan simple y sencillamente para venerar al rating, entonces allá ellos es su negocio, es su vida así les ha funcionado, y allá ellos, pero por eso para mí no son líderes de opinión.

8.-¿Dentro de los líderes de opinión de una sociedad, en qué lugar colocarías a un locutor de mucha influencia?.

Socialmente hablando como cualquier otro trabajador, como cualquier albañil, arquitecto, doctor, empresario, porque el líder de opinión no debe nunca anteponer, (por eso te decía de la transparencia y la congruencia) sus principios políticos, religiosos, sociales, sino los principios y valores de una

sociedad en conjunto, nunca los personales; más bien los de una sociedad en su conjunto y eso es difícil de lograr hacer ¿por qué? Porque todos le vamos a un equipo de fútbol todos le vamos a un partido político, todos tenemos una religión, etc. pero toda la humanidad por consecuencia innata sabe qué es lo mejor, todos los seres humanos dentro de la vida buscamos la plenitud, la paz, la armonía, la salud, el tener lana, el divertirnos, etc. todos buscamos bienes comunes y eso es lo que hay que transmitir en el despertar en cada radioescucha, no imponer, sino vuelvo otra vez a lo mismo, inspirar.

Y entonces los líderes de opinión en el radio son exactamente iguales que un albañil que está poniendo todo su esfuerzo y su dinero en terminar una barda o un policía o un abogado estamos exactamente en el mismo nivel, yo creo que la profesión no te cambia socialmente, ni económicamente, lo que te cambia es lo que traes dentro, eso te va a poner en un lugar mucho muy superior.

Desgraciadamente en el país hablando de esa clase social no hay nadie arriba curiosamente en nuestro país, esa clase social de cívicos congruentes no lo he conocido o conozco a muy pocos, conozco a 5 contados con la mano, que digo me inspira de veras esta persona me inspira, a lo mejor he tenido muy mala suerte o en el mundo en el que me desenvuelvo no he conocido a alguien que yo diga wow esa persona me está inspirando; no hay nadie.

Chabelo nada más y me paro todos los domingos en la mañana para verlo, porque se me hace la persona más transparente, un verdadero líder de opinión, digo no sé cómo sea en su vida real, alguna vez platicué con él, pero no sé cómo sea, al menos en lo que transmite y lo que es su función en los medios a mí me inspira muchísimos valores y muchísimo liderazgo.

9.-¿Crees que los líderes radiofónicos tengan la preparación suficiente para concientizar de la responsabilidad que tienen al estar frente a un micrófono?.

No dudo que algunos sí; muchos sí; sí conozco muchos muy preparados, con mucha cultura, pero vuelvo a lo mismo, el hecho de asimilar datos es como para ir a la escuela, inteligencia no quiere decir acumular datos y fechas,

inteligencia quiere decir crear nuevas cosas a partir de lo que existe, y no dudo que haya muchísimas personas muy preparadas que hayan salido con menciones honoríficas de cada una de sus escuelas, pero no siento que tengan o que tengamos la inteligencia necesaria.

Para mí, inteligencia es crear algo nuevo de lo que ya existe, no acumular datos a lo imbécil, porque para eso es más inteligente una computadora, es crear algo a partir de lo que ya existe.

10.-¿Qué tipo de líderes nos gobiernan?.

Pasa lo mismo creo que como en el radio, cómo todo va de la mano.

El cine en México ha representado la sociedad mexicana como ha sido durante décadas, desde la época del cine de oro, había otros valores en la calle, otras metas, otras aspiraciones; luego con Echeverría con las películas de las ficheras y etc. todo va de la mano, el cine, los medios de comunicación, la política, en la radio en los medios de comunicación, se ha confundido comunicación con un excesivo pero excesivo campo de batalla por rating, vacío, sin contenido, te hablo de las estaciones que yo conozco de formato musical, y también en las de noticias, ¿que cuál es la diferencia?, en una estación musical yo tengo que estar regalando mil pesos sino quiero que me cambien, qué triste, y tengo que estar regalando, regalando, regalando, y regalando y estamos haciendo huevona a la gente, huevona y haciéndole creer a la gente que se merece el derecho de ganar sólo porque te está escuchando se perdió el concepto de atrapar a la gente por contenido.

Entonces ahorita como la guerra esta bárbara y tremenda pues quien regale más va a tener más rating, olvídate del contenido, el contenido es lo que ya menos le importa a la gente desgraciadamente, pero hace 20 años lo que más te importaba para poder oír una estación de radio era el contenido, no los premios, te regalaban un cepillo de dientes y eras inmensamente feliz, ahora tienes que regalar discos, tienes que regalar dinero, tienes que regalar refrigeradores, y yo me opongo completamente a eso. La diferencia de la

política o el término político se perdió, la política de Aristóteles en términos de políticos de Aristóteles, era una persona que era multiconocedor, polifacético, era una persona culta y que dominaba aspectos generales de todo, de salud, de sociología, de biología, absolutamente de todo y la política hoy en día se ha convertido en sinónimo de negocio, es un negocio.

Yo me pregunto y esto va para todos los líderes políticos de ahorita, si en verdad López Obrador, Peña Nieto, Calderón, llámale del partido que sea quisieran ayudar a México todos los que están haciendo sus campañas ahorita para diputados, senadores etc. si quisieran ayudar a México si en verdad les importara el fin común, si fueran personas cívicas, lo que menos buscarían sería ganar en una contienda política porque todo este aspecto de la política es anteponer tus colores de tu casa o de dónde estás estudiando o saliendo que es el partido, al verde, blanco, rojo con una águila; es anteponerlo, entonces si quisieran ayudar a México yo diría me vale madre ganar, yo soy bueno en economía, si yo pierdo yo quiero proponer esto, no me importa ganar.

López Obrador diría: pues yo soy bueno haciendo desmadres ahora me quiero dedicar a las fiestas, propongo esto; pero es mucho nivel de conciencia al que se tiene que llegar y creo que eso se fue perdiendo con los años las décadas etc. porque la mente, las teorías sociales, políticas o de cualquier género o índole son mentales y fueron dividiendo al hombre lo fueron haciendo de izquierda, de derecha, del centro, etc. y el hombre no es así, la naturaleza del hombre no tiene ni izquierda ni derecha ni centro, ni nada, tiene vida y todos los seres humanos tienen conciencia y la conciencia es buscar solo el fin último o máximo que puede llegar el hombre que es la plenitud, la paz interior y todas las filosofías fueron desprendiendo de la conciencia, de la mente, apartando a la conciencia, y los humanos le fuimos haciendo más caso a las teorías, a la mente, a las dualidades, a las divisiones a la competencia a la competición entre seres humanos y a diferencias que no existen, nacimos sin diferencias.

Ya quisiera yo que en un cunero puta madre dijera un ginecólogo oiga pues su hijo nació de izquierda lo voy a poner de este lado, no pues su hijo de derecha, este güey es del centro conservador lo vamos a poner en este cunero, por

supuesto que no, entonces fuimos relegando a la conciencia para hacerle caso a las teorías.

11.-¿Qué tipo de líderes necesita nuestro país?.

Cívicos, líderes cívicos, México necesita una de dos (y mira que me van a mentar la madre allá en la facultad cuando enseñes esto), pero lo apoyo.

México necesita o un dictador bien cabrón que diga a la chingada la democracia porque no estaban preparados para la democracia cabrones confundieron democracia con libertinaje y con prostitución de la política o necesita alguien que su fin último no sea el dinero por la política alguien millonario, alguien que no sea ambicioso y alguien que sobre todo tenga conciencia cívica, lo que te explicaba hace rato, el civismo es más allá que aprenderse la Constitución o que aprenderse la historia de México; no, el civismo no tiene nada que ver con eso; el civismo es espiritualidad, el civismo es amor, respeto y gratitud por el pedazo de madre tierra en el que te tocó nacer que se llama México, es respeto, es veneración hacia la madre tierra es venerar el pedazo de tierra en el que naciste.

Y eso necesita México, una de dos o una persona en verdad elevada, hablando de niveles de conciencia en civismo o un pinche dictador de aquellos que nos diga están pendejos y se acabó esto y esto y esto y esto y se va a hacer lo que yo diga cabrones, es lo que necesita México y ya a lo mejor dentro de 40 años otra vez ya vienen elecciones y todo ya cuando estemos más maduritos, porque ahorita no estamos maduros para la democracia, somos un país que no está maduro para la pinche democracia, porque la confundimos; en países evolucionados en conciencia sí existe la democracia, en México no, no puede existir. (Me van a mentar la madre allá en la facultad por lo que dije).

Todos opinamos y pensamos lo mismo no nos han resultado nuestros gobiernos, al menos a mí no me han resultado yo ya pasé y viví el PRI, yo ya pasé y he vivido 12 años en el PRD en la ciudad, ya pasé y viví un sexenio del PAN y no me han resultado ninguno de los 3, ni de derecha, ni de izquierda, ni

del centro, no me han resultado ninguno de los 3, lo que se necesita es conciencia, por eso te digo o eres del diablo o eres de Dios, o un hijo de su rechiflada madre o una persona muy evolucionada en conciencia.

No hay de dos, no hay ni de izquierda ni de derecha, no eso ya dejo de existir eso cada día va a dejar de existir más, las diferencias políticas en el mundo van a desaparecer, van a desaparecer las escuelas tradicionales o los esquemas tradicionales ya desaparecieron y van a desaparecer; el mundo, la conciencia, el despertar de conciencias se está yendo hacia otro lado.

12.-¿A qué líder de opinión admiras en la historia ó en la actualidad y por qué?.

En la historia sí admiro a muchos. Chabelo es mi líder de opinión por excelencia; es que líder de opinión es para mí alguien que no sólo porque trabaja en los medios deba de ser líder de opinión.

Para mí Walt Disney es una persona que admiro y voy a admirar toda la vida ese fue líder de opinión era una persona que inspiraba, era una persona que no sólo inspiraba a soñar a sus empleados, sino que creó y generó el negocio más grande inspirado en los sueños, y ahí está Disneylandia y esta World Disney y ahí está toda su cadena de películas y su empresa, bueno ya no de él, pero él la formó y para mí Walt Disney es un líder de opinión por excelencia, sabía rescatar muchos valores en la gente.

El otro líder de opinión que también toda la vida he admirado es Andy Warhol, para mí fue un líder de opinión maravilloso, porque él nació para proponer una rebeldía, o sea él llevó de los utensilios de uso común de la vida cotidiana, los llevó al museo y se pagaba igual por un cuadro de Andy Warhol que por uno de Picasso, por una lata de Campbell que por una obra de Miró, para mí eso es un líder de opinión alguien que te viene a enseñar otras cosas, alguien que viene a proponer otras cosas, la inteligencia, hacer algo nuevo de lo que ya existe, creatividad, no aprender cúmulo de cosas, ellos ahorita me vienen a la cabeza muchísimo, esos líderes de opinión.

Y Tin Tán, es otro líder de opinión para mí de México para no dejar fuera a México y por supuesto para mí también Octavio Paz, fue un líder de opinión exageradamente valioso que por los pinches traumas políticos que tiene este país y las diferencias políticas no se le supo valorar cuando vivía.

Yo me acuerdo cuando Octavio Paz vivía toda la izquierda decía: “Nooooo hijo de Televisa, y tal por cual... ojalá y se muera”, y allá en la facultad satanizan muchísimo lo que es Televisa y satanizan muchas cosas que están bien hechas, pero entonces todo mundo decía: “Nooooo Octavio Paz hijo de la derecha, hijo de Televisa”, sino hubiera sido por Televisa nunca hubieran existido tantas obras que hizo Octavio Paz, y sí Octavio Paz tuvo su pasaje político en el que se fue de embajador a la India; pero Octavio Paz fue una persona con un alto grado de conciencia, no de intelecto, la gente lo leía con la mente, pero Octavio Paz hablaba de metafísica, del amor, de cosas valiosísimas para los mexicanos, y las obras poéticas y las críticas de arte plástico de Octavio Paz son maravillosas, fue para mí también un líder de opinión Octavio Paz.

¿Tú crees que un líder de opinión puede hablar de diferentes temas e influir?.

Claro.

Un líder de opinión debe ser congruente con lo que vive, piensa, hace, habla, entonces un líder de opinión va a rescatar los valores innatos, los valores por los que el hombre nació para encontrarlos y perseguirlos que es la paz interior el amor, la salud, la abundancia, un líder de opinión te puede estar hablando en un programa de coches de una forma en la que te vas a emocionar cuando ves una carrera de coches y va a despertar en ti muchos valores que a lo mejor no habías visto por no ver una carrera de coches, eso para mí es un líder de opinión.

¿Aunque hable de diferentes temas?.

Aunque hable de lo que sea, te está hablando de todo, un líder de opinión habla de una cosa pero te habla de todo.

Un líder de opinión es quien te contagia de algo, así sea músico, carpintero, puede haber carpinteros líderes de opinión, un líder de opinión es quien se entrega a Dios haciendo todo, entregarse a Dios es hacer al 180 por ciento de lo que eres, lo que estás haciendo, una obra de arte, un artista es un líder de opinión, no confundir artistas con actores.

Leonardo Da Vinci, por ejemplo fue líder de opinión en el renacimiento, un líder de opinión va a ser mal visto siempre al principio, porque nadie va a creer en él porque está proponiendo algo nuevo de lo que ya existe, un líder de opinión siempre va a romper barreras, siempre va a romper esquemas, siempre va a proponer elevar el espíritu, elevar el alma, y elevar la conciencia.

13.-Alguna vez algún locutor influyó en ti anímicamente sobre algún punto de vista o un tema que tú tuvieras te lo hizo cambiar y quién fue?.

Sí, mis locutores favoritos, los que me cambiaban siempre la vida eran Luis Gerardo Salas, Alejandro González Iñárritu, Martín Hernández, esos tres siempre los he admirado y siempre los voy a admirar, toda la vida los he admirado.

Ellos eran los que hacían que yo cuando oía el radio en los ochenta, yo quisiera estar en el radio y en vez de estudiar X carrera que iba a estudiar pues me metí a comunicación, y ellos siempre influyeron en mí, en mis gustos musicales y por ende me abrieron una puerta para que por medio de los gustos musicales fuera aprendiendo otras cosas; la música es una ventana abierta al mundo del conocimiento, no hay mejor maestro en la vida que la música, pero depende de qué música, obviamente, todo lo que yo aprendí en la facultad fue por la música.

¿A qué te refieres que de qué música?.

De qué tipo de música oigas, si comercial, popular o música más elaborada, más pensada que te lleva a otras cosas, por ponerte un ejemplo que yo viví personalmente, hay un grupo que se llama Marillion, grupo que toca un rock progresivo, el rock progresivo es un rock que no es comercial y que ahorita no se transmite en ninguna estación de radio, cuando yo descubrí a Marillion me encantó la música de Marillion, me fascinó, me atrapó, de esas cosas que te apasionas y te mueres por ese grupo.

Cuando empecé a investigar de dónde viene Marillion, de dónde viene el nombre Marillion? Ví y dije ahh “El Silmarillion” de aquí lo tomaron entonces ya fui a leer los libros de Tolkien “El Silmarillion” luego leí “El señor de los anillos” y luego el señor de los anillos me llevó a leer otro tipo de mitología y después descubrí a los griegos y después empecé a leer otro tipo de cosas y gracias a que me metía a la mitología de los griegos me empecé a clavar en Aristóteles y después me empecé a clavar en Platón y después me empecé a clavar en muchas cosas que honestamente a la facultad iba a pasar lista, porque yo estaba clavado en aprender otras cosas.

Pero la música siempre va a ser una puerta del conocimiento, siempre te va a llevar a más, cuando en verdad la escuchas, cuando en verdad tienes ganas de descubrir algo, música clásica, música no comercial, en fin, hay millones de cosas que te abren las puertas del conocimiento, que te abren las entendederas, por así decirlo.

De esta manera es como termina la entrevista con Esquinca dando el tiempo necesario a cada respuesta

Es importante señalar que estas dos entrevistas fueron bajo las mismas preguntas, es notoria la extensión de cada una de las respuestas, incluso hay más preguntas hacia Toño Esquinca. Esencialmente es la ventaja de tener una entrevista cara a cara, van saliendo más interrogantes sobre la manera de pensar del entrevistado o si algo no quedó claro se puede preguntar sobre lo

mismo de diferente manera y buscar respuesta e interpretación más convincente. A diferencia de la entrevista con Mariano Osorio de hacerlo vía correo no hubo posibilidad de preguntar más o de despejar dudas sobre alguna respuesta, en ese caso no hay opción.

3.6.3 Análisis de las dos entrevistas

Ambos entrevistados coinciden en que el líder de opinión es quien lleva a las personas a rescatar lo mejor de sí mismos.

Y como características del líder de opinión se encuentran: la credibilidad, la responsabilidad y el compromiso.

Y por el otro lado las características para ser líder de opinión son: el ser integral, el ser cívico y el ser transparente, esto para generar credibilidad.

Como lo señalan varios autores son características que se complementan y que incluso hay quienes señalan muchas más características, sólo que un líder de opinión en muchas ocasiones no cumple exactamente con todas.

Hay una notoria diferencia entre los dos locutores; Mariano Osorio acepta que es un líder de opinión y que esto lo atribuye más a aspectos cuantitativos (de audiencia), por la identificación que tiene la gente con su programa que lo ha llevado a una posición privilegiada.

Toño Esquinca, no se siente líder de opinión, no puede asemejarse con verdaderos líderes de opinión como lo fue Gandhi quien lidereó sin agredir a nadie.

Y este tipo de personas ejercen su papel de líderes de sentimientos; enfatiza en lo cualitativo.

Por lo que se puede desprender que Mariano en la respuesta dos se va un tanto más a lo cuantitativo y Esquinca a lo cualitativo, dos opiniones totalmente diferentes.

Aunque hay que rescatar que los dos locutores ven como finalidad de un líder de opinión una mayor calidad humana entre sus radioescuchas.

Mariano Osorio piensa que un líder de opinión nace con la vocación y poco a poco va desarrollando sus habilidades mediante la preparación.

En tanto Toño Esquinca menciona que un líder de opinión se va haciendo dependiendo de sus convicciones y sobre todo inspirando a sus seguidores a realizar acciones para bien de ellos mismos.

Mariano Osorio no menciona a alguien en especial que él considere líder de opinión en la radio, aunque no deja de respetar el trabajo de los demás comunicadores haciendo notar el grado de dificultad para mantenerse al aire y haciendo mención de su constante aprendizaje e inspiración al escuchar radio. De la misma forma Esquinca tampoco encuentra algún líder de opinión en la radio mexicana. Para Esquinca nadie en radio sería líder de opinión, el rating no da credibilidad y menos liderazgo de opinión, como expresamente lo mencionó.

Para Mariano él sería líder de opinión ya que las cifras lo avalan así por su respuesta literal. Se puede hacer mucha diferencia entre los dos locutores ya que uno piensa que no hay líderes de opinión en radio y por parte de Mariano se considera líder de opinión así como también lo consideran diferentes medios. Y siendo un tanto rigurosos con las respuestas de ambos, para el locutor de Stereo Joya resultaría que él vería a varios locutores como líderes de opinión, porque lo inspiran, cosa que para Esquinca es parte fundamental de un líder de opinión; el inspirar algo para bien a sus seguidores.

Mariano es muy claro al decir que él sólo tiene como fin transmitir mensajes que hagan sentir bien a la gente y éstos son logrados mediante el contacto con la gente y por consecuencia trabajar en ello.

Mientras Esquinca señala hacerle falta más coherencia entre lo que piensa, siente y transmite a su auditorio, así como también cosas que le suceden y pueden servirle a la gente.

Ambos locutores son rotundos al responder la efectividad de la radio para influir en la gente.

Osorio ve este poder de la radio para usarlo de manera positiva en la gente.

Toño Esquinca menciona como una desgracia el que haya gente utilizando el poder de la radio para fines propios, refiriéndose a quienes usan el medio teniendo como prioridad el aspecto mercantil, a final de cuentas la radio es un negocio.

Y recomienda un equilibrio, porque también él pertenece a un medio de comunicación el cual persigue el consumismo.

Los dos están conscientes de su influencia en su auditorio y conocen del poder de estar frente a un micrófono.

Esquinca piensa que un líder de opinión ocupa el mismo lugar al de cualquier otra persona de otra profesión, la diferencia se encuentra en lo que trae uno internamente.

Osorio manifiesta como un privilegio tener el rol de líder de opinión el cual le tocó vivir, esto lo pone frente a un medio potencialmente masivo en el cual puede influir y le dan confianza; para lo cual debe actuar con mucha preparación y responsabilidad.

De la pregunta ¿crees que los líderes radiofónicos tengan la preparación suficiente para concientizar de la responsabilidad que tienen al estar frente a un micrófono?. Hay una notoria diferencia de opiniones entre los locutores, Esquinca piensa que sí hay gente mucho muy preparada e incluso con varios reconocimientos.

Para Esquinca la inteligencia es crear a partir de lo que ya existe, el acumular datos y fechas no es inteligencia, y para eso no estamos preparados incluyéndose él.

Mariano, menciona que como en cualquier otro círculo hay de todo, sólo que en la radio, se debe estar buscando siempre la excelencia, porque como es un círculo mucho muy competido, se corre el riesgo de que te cambien los radioescuchas y desapareces.

Respecto de los líderes políticos Mariano sólo mandó una respuesta muy rotunda en la que hay buenos, regulares y malos políticos y en donde ve mucho muy desacreditada la labor de los políticos de hoy.

La política cada vez se va desprestigiando más, y la gente cada vez cree menos en las promesas de los aspirantes para alguna candidatura; lo que ha llevado incluso a la abstención como mensaje de no creer en ningún político.

Incluso en la actualidad se han llevado campañas para hacer que los aspirantes a alguna candidatura firmen por escrito sus promesas de campaña ante un notario público y en caso de que gane alguno de ellos las tenga que cumplir, esto refleja la gran desconfianza que se le tiene a los políticos en campaña de cualquier nivel, lo que ha llevado a anular el voto, o dejar en blanco, o la abstención, o votar por candidatos inexistentes con tal de no dar el voto a algún partido o algún candidato.

Mariano menciona que se necesitan líderes que tengan conocimiento, responsabilidad social, sensibilidad, congruencia y credibilidad.

En la actualidad no estamos preparados para tener democracia, dice Esquinca, ya que la confundimos con libertinaje y prostitución de la política, por lo que necesitamos a un dictador o a una persona muy elevada en términos de conciencia para tener grandes cambios en el país.

De acuerdo a los locutores noto gran coherencia en cuanto a las opiniones antes expuestas al mencionar a los líderes de opinión que admiran.

Mariano Osorio, menciona que tiene una larga lista de líderes, entre los cuales destaca a: Julio Scherer, Neri Vela, Jaime Sabines y Wayne Dyer; este último refleja su manera de pensar o de influir en el locutor, ya que remarca el hacer sentir bien a la gente y darle calidad de vida. Este es un objetivo que destaca el locutor de Stereo Joya en su programa.

Por otro lado, Esquinca es muy claro al mencionar que para él un líder de opinión no necesariamente tiene que aparecer en un medio de comunicación, y esto refleja en gran medida la parte por la cual menciona a sus líderes como son: antes que otro Chabelo, también dentro de los mexicanos destaca a Tin Tán y en gran medida a Octavio Paz.

A nivel internacional menciona a Walt Disney y Andy Warhol, quienes por sus actos reflejan la coherencia del ex locutor de Mix, para Toño, el ser líder o un ser inteligente no es acumular datos, sino que de lo ya creado hacer nuevas cosas.

Por parte de Disney, resalta que él creó la empresa más grande basada en los sueños de sus empleados; de ahí derivaron grandes empresas que hoy son grandes compañías como Disney World y Disneylandia.

En cuanto a Andy Warhol, con utensilios de uso común creó obras de arte muy valiosas, que llegaron a tener el mismo costo que obras de Miró o Picasso, este artista a partir de lo creado hizo obras muy valiosas, esto sin tomar en cuenta que tenía “hipocondría (afección del sistema nervioso que causa movimientos incontrolados de las extremidades, que se cree relacionada con la escarlatina, ésta provoca desórdenes en la pigmentación de la piel)”⁶⁵ que no lo limitó a realizar lo que hizo, razón por la que Esquinca lo reconoce como un gran líder de opinión.

⁶⁵ Página Web: www.wikipedia.com

Las cuestiones comerciales que tanto remarcan los dos locutores, sí influyen, es decir, el rating obedece a ese mercado, como Esquinca lo menciona si no regalas cosas te pueden cambiar por la gran guerra del rating, de esta manera se puede entender la música comercial como otro factor para atrapar a la gente.

En la actualidad con sus dos estilos, tanto Esquinca como Osorio tienen un gran rol dentro de la Ciudad de México, por lo que a través de todos estos argumentos constatamos que son parte de los líderes de opinión de la radio en México.

CONCLUSIONES

En los medios de comunicación se han hecho notar diversos líderes de opinión, específicamente en la radio los niveles de audiencia son un referente sobre los locutores y programas que más se están escuchando en la sociedad, esto a su vez refleja, temas de interés, estilos, comentarios y música gustada en el momento.

Este indicativo (rating) hace notar a los locutores más gustados, que en cierto lapso de tiempo tienen el papel de líderes de opinión, ya que son atendidos por sus estilos de programa y sus comentarios sugerentes de maneras de vivir y hacer sentir bien a su auditorio; por lo que su rol en ese momento es de mucha importancia para la sociedad.

Un verdadero líder de opinión es el que tiene credibilidad y sus seguidores confían en él, no se cuestionan sobre lo que dice, simplemente él tiene la única palabra y no crea dudas, sólo convence y se le hace caso sin interrogantes, no se le encuentran contradicciones.

Entre los líderes del momento en la radio del D.F. se encuentra a Toño Esquinca quien condujo su programa durante cinco años en una de las estaciones de grupo Acir cuya frecuencia es 106.5 F.M. y que en Enero del 2010 cambió de frecuencia y de empresa su tan famoso programa “Toño Esquinca y la muchedumbre” a Grupo Radio Centro en la frecuencia de 91.3 de FM.; dicho locutor se ha dado a conocer por su entusiasmo, energía, frases motivantes e interrelación con sus radioescuchas.

Mariano Osorio quien ha conducido su programa desde el 2000 bajo el nombre de “Hoy... con Mariano” en la estación de Stereo Joya en la frecuencia del 93.7 de F.M., dicho locutor ha sido destacado en diferentes medios de comunicación como el más escuchado en la radio mexicana en los últimos meses y hay quienes lo consideran un personaje muy influyente dentro de la sociedad.

Ambos locutores gozan de un liderazgo carismático, pero éste tiene una prioridad o condicionamiento esencial por el hecho de conducir en estas dos frecuencias comerciales; éstas son un negocio en el que hay que vender, bajo este lineamiento se tienen que entender a los dos locutores con el papel que juegan en la sociedad.

Ambos locutores tienen que obedecer al mercado sino desaparecen sus programas y ellos también, por lo que tienen que recurrir a muchas opciones para vender. Por ello si un anunciante quiere que su marca o producto sea anunciado o promovido por la voz de alguno de estos dos locutores es llevado a cabo el comercial o la promoción, esto a pesar de la ideología que maneje cada locutor, el mercado de la radio comercial así funciona y ambos locutores saben de ello por su frecuente preocupación por el rating.

Por tales razones se pueden notar diversos consejos en sus programas incluso en contra del aspecto consumista y materialista y después emiten mensajes en los que le dicen al radio escucha desde su propia voz: “¡compra tal marca!”, “¡en determinado lugar hay ofertas!”, “¡estudia en tal lugar!” etc. Esto puede significar contradictorio, pero es más bien un condicionamiento.

Esto es una confirmación de que ambos locutores son líderes de opinión y efectivos; son buscados por los anunciantes de ciertos productos, esto por la penetración, alcance, éxito y convencimiento que saben que tienen con su público. Si un radioescucha recibe un mensaje de su locutor preferido dentro de su programa después de escuchar algún consejo de salud, belleza o de autoayuda a manera de anuncio comercial ó se menciona alguna marca de algún producto, es muy alta la posibilidad de que ese anuncio tenga éxito de consumo.

La situación en la que liderea una persona depende mucho del entorno social en el que dirige, también varia de la situación en la que se encuentre determinado grupo y de la sugerencia que le de un líder a éste, en el caso de la

radio, los locutores a los radioescuchas, si estos ven a su líder como una alternativa para llegar a su fin lo van a adoptar como tal.

Actualmente México está pasando por una situación en la que la crisis económica ha dejado consecuencias propias de la misma, entre las características que se han venido agravando de manera individual se encuentran: el desempleo, la falta de motivación, seguridad en sí mismos, sentimientos de soledad a pesar de vivir en una ciudad muy poblada, falta de autoestima, escasa aceptación propia, depresiones, tristezas, cabizbajos, carentes de identidad, carentes de metas, falta de proyectos propios, etc.

Al existir estos antecedentes los programas radiofónicos “Toño Esquinca y la muchedumbre” y “Hoy...con Mariano”, tienen muy en cuenta por lo que está pasando el país; la columna vertebral de ambos programas refleja el foco de interés al que quieren llegar, el contenido de ambos programas deriva de alguna o de todas las situaciones anteriores.

Por tales razones el liderazgo de Esquinca como de Osorio se debe en gran medida al estudio y trato que le dan a estas situaciones en sus programas, mediante consejos, entrevistas a especialistas, reflexiones, noticias, charlas motivacionales, frases, comunicación telefónica, correos electrónicos, ejemplos de vida, sugerencias; sus dos diferentes estilos que imprimen en un mensaje emitido, su humor y sobre todo su optimismo, dinamismo y energía característico de ambos locutores resaltan que existen situaciones peores o bajo cualquier circunstancia se puede triunfar y alcanzar metas, ésta constante es el ingrediente que tienen ambos programas.

Toño y Mariano en este contexto son líderes, pero si México se encontrara en una situación económica diferente a la actual con sus mismos estilos no fueran líderes, sus niveles de audiencia fueran otros y muy posiblemente no estuvieran al aire, porque habría una sociedad demandante de otro tipo de temáticas.

Para describir y entender el liderazgo que tienen tanto Esquinca como Osorio es necesario tomar en cuenta el rating, ya que sin éste tampoco serían líderes, se buscaría otra finalidad en ellos que quizá no cubrirían como es el caso de asesorar, criticar, analizar, aplicar o promover leyes y otro tipo de líderes podrían desempeñar mejor ese papel.

El tipo de líderes que ambos locutores cubren es el carismático, porque las características cubiertas por ambos locutores son más personales que de asignación o de apego a las leyes establecidas, tampoco tienen un equipo de trabajo burocrático, ni mucho menos le deben rendir cuentas a la sociedad sobre el uso de recursos que manejan.

El liderazgo carismático es uno de los más influyentes, éste requiere más dones o características propias del ser humano, éste puede mantener su rol de líder o llevarlo a cabo de acuerdo a sus criterios o maneras propias de pensar; el ex locutor de Mix y de Stereo Joya los considero líderes carismáticos, aunque poco encajan en el concepto de Weber, sí entran en el desarrollo de carisma de otros autores contemporáneos

Ambos locutores tienen niveles de audiencia muy altos, incluso sobresalen dentro de los más escuchados en la Ciudad de México, destacan entre personajes de la política y el periodismo. Solo que los mensajes de Esquinca y Osorio no inciden en círculos cuyos personajes toman decisiones en el país, esto a pesar de ser numéricamente muy alto su público.

Es tan importante el término líder que usarlo, escucharlo y confundirlo es muy fácil, sólo que en la práctica es de lo más difícil encontrar,

Esa falta de claridad de términos y la prioridad económica en los medios de comunicación está notada en la manera de percibir el liderazgo por parte de los dos grupos radiofónicos para los que trabajan tanto Toño Esquinca como Mariano Osorio (también entre los mismos locutores) ya que por los spots que emite cada grupo radiofónico en sus estaciones es notoria la diferencia.

Por un lado para GRC (Grupo Radio Centro) el liderazgo lo hace la calidad, penetración y el mercado que tiene dentro de La Ciudad de México, ya que sus estaciones del DF. son líderes por ser de las más escuchadas y de ahí provienen los calificativos de líderes.

En contraparte, Acir (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio) con sus spots se autodenomina líder nacional en radio, debido a la cantidad de estaciones de radio que tiene en su poder a nivel nacional, y es aquí notoria la diferencia; Acir ve más el aspecto numérico a nivel nacional a diferencia de GRC que ve más el éxito o liderazgo en el DF. por el éxito de sus estaciones en esta región.

Pero también es importante mencionar que para Osorio la parte cuantitativa es esencial para el liderazgo que maneja, de hecho él lo ve como un asunto de números más que de percepción. Para Esquinca el concepto tiene más que ver con la inspiración hacia los demás ó a sus seguidores.

De acuerdo al concepto de liderazgo de opinión en radio dado en el desarrollo de esta tesis, en lo que ambos locutores coinciden es en la credibilidad, responsabilidad y congruencia como parte fundamental para que una persona sea líder de opinión.

Esta falta de claridad en el concepto de liderazgo es entendida por su labor que tienen dentro de la sociedad, en el caso de Osorio marcadamente hace énfasis en su trabajo que se ve reflejado en el rating, los números para él son una radiografía para tener la posición que tiene. Y para Esquinca los escasos líderes que hay deben de inspirar algo ó crear algo nuevo a lo existente que es vital para ser un líder de opinión.

La salida de Toño Esquinca en Diciembre del 2009 de Mix en el 106.5 FM. creó un clima de opinión diverso, en el que no hubo ni siquiera una despedida, ni un aviso, por parte del locutor, ni de parte del grupo, solo se dejo de transmitir el programa y los medios de comunicación dieron aviso de esta salida.

Esto generó muchas especulaciones a raíz de esta falta de información por parte del locutor, ya que se hablaba en sitios de Internet de las diversas causas que pudieron haber generado esta situación, como eran: por el término de contrato, de inconformidades del locutor, que ya no regresaría a la radio, que se dedicaría a dar conferencias, que se dedicaría a escribir libros, que su retiro sería momentáneo de la radio, que por una mala negociación por parte de Grupo Acir con el locutor, etc.

Lo que finalmente comentó el locutor con el paso de los días es que fue por convicción del propio locutor y porque se dedicaría a hacer otras actividades, este clima de opinión permeó durante casi un mes.

En enero del 2010 Esquinca es anunciado en todas las estaciones de GRC, en el que anunciaba su regreso con más tiempo al aire y más días enfatizando que habría más sorpresas, más música y más tiempo al aire.

Esta acción es muy importante resaltar porque el propio locutor mencionó que no volvería a la radio y días después se empieza a escuchar en la competencia directa de Grupo Acir.

La reflexión que deja es que no hubo coherencia entre lo que dijo y lo que terminó haciendo el locutor, las posibilidades pudieron ser que: hubo un mejor contrato, mayor tiempo al aire, mayor libertad en su programa, le darían más libertad de programar canciones, etc.

Lo que es un hecho es que hasta el momento se desconoce la verdadera razón de su salida de Grupo Acir.

Muchas de las acciones de estos dos locutores son muy vistas por los medios de comunicación, por empresarios, por la competencia y por la sociedad; ya que se sabe el peso económico que tienen dentro de sus empresas y el papel que tienen dentro de sus radioescuchas.

Esta es la gran importancia que tienen los líderes de opinión en la radio mexicana en las diferentes áreas en que se maneja el país, y en este momento en el país destacan tanto Toño Esquinca como Mariano Osorio.

BIBLIOGRAFÍA

Browne Clarence, George. S. Cohn, Thomas. El estudio del liderazgo. Ed. Paidos. Buenos Aires, Argentina, 1958.

Cornejo y Rosado, Miguel Ángel. El poder del carisma. Ed. Grad, SA. de CV. México 1992.

Gálvez Cancino, José Felipe. Los felices del alba. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Ciencias de la Comunicación, UNAM. México, 1975. (Tesis).

Gómez Noriega, Martha. El quehacer del locutor. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Ciencias de la Comunicación, UNAM. México 1995. (Tesis).

James O. Whittaker. La psicología social en el mundo de hoy. Ed. Trillas. México, 1984.

Katz, Elihu y Lazarsfeld F. Paul. La influencia personal. Ed. Hispanoeuropea. Barcelona, España, 1970.

Martínez Galicia, Pablo. Las voces influyentes del cuadrante informativo: los líderes de opinión. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Ciencias de la comunicación. UNAM. México 1998. (Tesis).

Santana Reyes, Sandra. La radio y sus recursos: El locutor de frecuencia modulada en el Distrito Federal en los noventa. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Ciencias de la Comunicación. UNAM. México 1998. (Tesis).

Sprott Walter, John Herbert. Psicología y sociología del líder. Ed. Paidos. Buenos Aires, Argentina, 1968.

Velázquez Estrada, Rosalía. La radiodifusión en México en Estudios de historia moderna y contemporánea de México. Álvaro Matute, Editor. México 1983. UNAM. Instituto de Investigaciones Históricas, V. 9.

Weber, Max. Economía y sociedad". Ed. Fondo de Cultura Económica. México, 1944

HEMEROGRAFÍA

Inratings. Revista Merca2.0 Número 59. México 1 de Marzo de 2007.

Islas Reyes, Laura. Monitor, sus matices. Revista Etcétera. Edición agosto 2007. Número 82.

Monitor en la historia. Revista Etcétera. Edición agosto 2007. Número 82.

Monjaras, Carlos Alfredo. Mariano Osorio es el número uno. TvyNovelas Número 13. México 26 de Marzo de 2007.

Monjaras, Carlos Alfredo. ¿Quién es el locutor que escucha frecuentemente, su favorito?. Mariano Osorio es el número uno. TvyNovelas Número. 13. México 26 de Marzo de 2007.

Vázquez, Nurvarit. Comparte Mariano la clave de su éxito. El Metro. México 3 Marzo 2007.

FUENTES ELECTRÓNICAS

www.arvm.com

www.cirt.com.mx

www.eddiesotelo.com

www.eluniversal.com.mx

www.google.com

www.grupoacir.com.mx

www.inra.com

www.laradioenmexico.com.mx

www.liderdeopinion.com

www.radiocentro.com.mx

www.terra.com

www.toñosquinca.com

www.wikipedia.com

PROGRAMAS DE RADIO Y TELEVISIÓN

“Historias engarzadas”. Conducido por Mónica Garza. Transmitido por canal 13. Televisión abierta. 9 Junio de 2007. A las 21:00 hrs.

“Toño Esquinca y la muchedumbre”. Conducido por Antonio Esquinca. Transmisión Mix 106.5 de FM. Junio 2009. De 6:00 a 11:00 hrs.

“Hoy... con Mariano”. Conducido por Mariano Osorio. Transmisión Stereo Joya 93.7 de FM. Junio 2009. De 6:00 a 13:00 hrs.

Entrevistas:

Mariano Osorio. Lunes 4 de mayo de 2009

Antonio Esquinca. Miércoles 27 de mayo de 2009.