



**Universidad Nacional Autónoma de  
México**



FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN

**LÍDERES DE OPINIÓN EN LA RADIO INFORMATIVA DEL CUADRANTE DE LA  
ZONA METROPOLITANA DEL VALLE DE MÉXICO**

ACTIVIDAD DE INVESTIGACIÓN POR TESINA  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN.

PRESENTA  
ALFREDO BARUCH HERNANDEZ VAZQUEZ  
ASESORA  
DRA. VIRGINIA MEDINA ÁVILA

CD. MX. 2023



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.





Dirección General de Asuntos  
del Personal Académico

Este trabajo se realizó en el marco de la investigación ***La radio a 100 años de historia. Pensar la radio del siglo XXI: ¿un medio resiliente?***, auspiciada por la Dirección General de Apoyo a la Investigación Tecnológica de la UNAM, a través del PAPIIT-IG400719, dirigido por mi asesora, la doctora Virginia Medina Ávila. Agradezco a la DGAPA-UNAM la beca recibida.



## Índice

|  |     |
|--|-----|
| Introducción   | 7   |
| El carácter de la comunicación en la información radiofónica                                 | 15  |
| Importancia de la radio en el acontecer nacional   | 21  |
| Estaciones y protagonistas pioneros<br>CYL El Universal-La casa de la Radio                  | 29  |
| CYB El Buen Tono, S.A.   | 33  |
| La radio informativa   | 37  |
| Sin olvidar a Gutiérrez Vivó   | 43  |
| La radio del siglo XXI   | 49  |
| Grupos radiofónicos y emisoras del Cuadrante de la<br>Zona Metropolitana del Valle de México | 53  |
| Los líderes de opinión del Valle de México   | 71  |
| Francisco Alanís “Sopitas” en <i>Sopitas por Aire Libre</i> 105.3 FM                         | 75  |
| Ciro Gómez Leyva en <i>Por la mañana</i> 104.1 FM  | 99  |
| Carlos Loret de Mola en <i>Así las cosas con Loret</i> 96.9 FM                               | 131 |
| Conclusiones   | 169 |
| ANEXOS   |     |
| ANEXO 1. Ficha de análisis en la escucha de programas  | 189 |
| ANEXO 2. Entrevista a Francisco Alanís “Sopitas”   | 193 |
| ANEXO 3. Entrevista a Ciró Gómez Leyva   | 201 |
| ANEXO 4. Ejemplo de monitoreo al programa<br><i>Sopitas por Aire Libre</i>                   | 217 |
| ANEXO 5. Ejemplo de monitoreo al programa<br><i>Por la mañana con Ciró Gómez Leyva</i>       | 221 |

|  |     |
|--|-----|
| ANEXO 6. Ejemplo de monitoreo al programa<br><i>Así las cosas con Loret</i>              | 229 |
| ANEXO 7. Marco conceptual  | 235 |
| ANEXO 8. Comparativo de noticieros todo el día<br>—rating 18+ ABC L-V INRA, febrero 2021 | 237 |
| Fuentes de consulta  | 241 |

## Introducción

*Líderes de opinión en la radio informativa del cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México* es una investigación enmarcada en el Seminario Permanente de Estudios de la Radio (SEPER) de la FES Acatlán que pertenece al proyecto PAPIIT-IN400719, titulado *La radio a 100 años de historia. Pensar la radio del siglo XXI: ¿un medio resiliente?*

Esta investigación tiene como objetivo analizar el comportamiento de los líderes de opinión dentro de la radio informativa del Valle de México a partir de la caracterización del género noticioso en estaciones de radio y programas específicos, con la finalidad de comprender la importancia de estas figuras como conductos entre la información, las personas y la manera en que se construye la opinión pública sobre temas de relevancia nacional.

En este trabajo presento a tres personalidades con la descripción de su trayectoria profesional, así como el análisis de los programas noticiosos de los que son responsables.

De esta manera se pone de manifiesto la relevancia de la radio informativa a través del estudio de tres noticiarios del cuadrante FM de la zona metropolitana del Valle de México, encabezados por comunicadores reconocidos por su prestigio profesional, su eficacia comunicativa y su credibilidad. Tres noticiarios<sup>1</sup> que descansan sobre la figura de sus presentadores, quienes disponen de cualidades para poder llevar a cabo su labor periodística. La credibilidad es la cualidad más importante que poseen esos comunicadores de informativos de radio; por lo tanto, la hipótesis de esta investigación es que la credibilidad engloba una de las cualidades fundamentales para ser considerados líderes de opinión.

---

<sup>1</sup> Programa de radio, cine o televisión en que se dan noticias de actualidad.



Los comunicadores y programas elegidos son los siguientes:

- Dos matutinos: *Por la mañana* de Ciro Gómez Leyva en el 104.1 del Grupo Radio Fórmula; *Sopitas por Aire Libre* de Francisco Alanís “Sopitas” en el 105.3 de Más Radio Telecomunicaciones
- Uno de horario vespertino: *Así las cosas con Loret* de Carlos Loret de Mola en el 96.9 en W Radio de Radiópolis.

La selección fue realizada con base en el rating de los programas (ver ANEXO 8 (p. 237) y porque consideré que los tres responsables de estos noticiarios tienen las características que les confiere el estatus de líderes de opinión, aspecto que destacaré a lo largo del trabajo.

El estudio también reveló la forma en la que se hace radio informativa hoy en día, en la difusión llamada tradicional, con la utilización eficiente de los recursos expresivos propios del lenguaje radiofónico. Pero también se pone de manifiesto esta etapa de pos-convergencia digital que precisa de auxiliarse con las redes sociales, recursos como la transmisión vía *streaming* y *podcast* para llegar a más auditorio.

El levantamiento de las muestras para el estudio se realizó en 2020, del 3 al 7 y del 24 al 28 de agosto para el programa *Sopitas por Aire Libre* de Francisco Alanís “Sopitas”; del 10 al 14 de agosto y del 31 del mismo mes al 4 de septiembre para las transmisiones de *Por la Mañana* de Ciro Gómez Leyva. En tanto, para las emisiones de *Así las cosas con Loret*, correspondió del 17 al 21 de agosto y del 7 al 11 de septiembre, y consistió en el monitoreo de los programas como se muestra en los ANEXOS 4 (p. 217), 5 (p. 221) y 6 (p.229) a partir de la Ficha de análisis de escucha para la recolección de datos, la cual que se puede ver en el ANEXO 1 (p. 189).

Esta ficha, herramienta diseñada exprofeso para este trabajo, me ayudó a distinguir cuarenta y dos variables, tales como: participantes entre reporteros,

locutores o entrevistados; número de bloques o secciones de los que se compone cada programa, número de temas desarrollados en cada bloque, duración de las tandas publicitarias y distinción del tipo de información. Si se trata de fuentes propias del programa u otras fuentes; distinción de los recursos sonoros como efectos, música o canciones; cortinillas, distinción de voces, áreas temáticas, géneros periodísticos, participación de la audiencia. Si cuenta con redes sociales; el aporte de elementos multimedia en redes; o, si en las redes plantean interacción con el auditorio, las respuestas del público. La utilización del *podcast*, así como el *streaming*.

Dentro de los principales hallazgos se puede constatar lo siguiente: Francisco Alanís “Sopitas”, Ciro Gómez Leyva y Carlos Loret de Mola son líderes de opinión en la radio informativa del cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México porque cuentan con el estatus de fuente confiable para un sector de la población (sus audiencias) y transmiten la información de interés político, social, económico, salud, inseguridad, entre otros temas, para ofrecer a ese público un punto de partida en la toma de decisiones y surgimiento de la opinión pública. Aunado a ello, en la actualidad, esa colectividad que escucha sus emisiones tiene otras alternativas para tomar en consideración sus propuestas o seguir a estos líderes: las redes sociales y el *podcast*. Elementos que cada uno de los comunicadores atienden con diferente propósito.

Por otra parte, Alanís, Gómez Leyva y Loret de Mola, tienen en común la utilización de herramientas complementarias para la difusión, entre ellas el *podcast*, sin embargo, cada uno de ellos les dan un valor diferente. Asimismo, los tres comunicadores elegidos emplean de forma distinta el derecho a la libre expresión y la incorporación comentarios a título personal como vías para acercarse a sus audiencias.

Asimismo, otro recurso empleado por los tres programas es la entrevista, una herramienta que además de complementar la información que se presenta en

el programa me ayudó a conocer los patrones y formatos que dan identidad a los tres programas, pues fue posible identificar las particularidades en la formulación de preguntas, el contenido y la intención de los líderes de opinión aquí analizados.

La elección de estos tres programas entre los 39 informativos que se transmiten en AM y FM se hizo con base a la identificación de las preferencias de las audiencias. En una primera etapa de desarrollo de la investigación se realizó la búsqueda de los noticieros con mayor *rating*, y de ello se desprendió la selección. En el caso de Ciro Gómez Leyva, por ejemplo, ocupó el primer lugar entre 2020-2021, como años antes, y como muestra se puede ver el estudio comparativo realizado por Arreola (2021), el cual se encuentra en el ANEXO 8 (p. 237).

En el caso del noticiario de Carlos Loret de Mola, la elección se debió a que el periodista iba en constante ascenso en la preferencia de la audiencia, en segundo lugar, como noticiario vespertino.

Mientras que la selección del noticiario matutino de Francisco Alanís *Sopitas* se debió principalmente a que, pese a tener muy poco tiempo de haber iniciado su programa<sup>2</sup>, se vislumbra un ascenso continuo gracias a la eficaz utilización de los recursos de la convergencia digital. El lugar número 26 que ocupa en este estudio rebasa a personalidades como Carmen Aristegui, por ejemplo.

El fenómeno radiofónico ha evolucionado de manera considerable a lo largo de sus cien años de historia y se tienen muchas razones para creer que la evolución continuará. A lo largo de la investigación que ha desarrollado la doctora Virginia Medina Ávila se puede sostener que, contrario a los agoreros que

---

<sup>2</sup> El programa de Alanís inicio la primer semana de febrero de 2020, como lo declaró Francisco Alanís en entrevista para esta investigación, en la estación Aire libre, también de reciente creación el 1 de noviembre de 2018 (Lucas, 2018).

declararon su extinción; la radio no sólo no ha muerto, sino que, se transforma en un proceso que la investigadora propone llamar *Radiomorfosis*.

Frente al actual crecimiento de las tecnologías de comunicación y su presencia en internet, la radio actual debe darse a partir de la integración de nuevas herramientas digitales, audio, texto, y video en la web son herramientas que no son fáciles de intercalar (Zepeda, Robles y Roderó, 2013); pero que un medio que no trabaje en esta integración o convergencia se verá en problemas.

En muchos momentos del día, en la rutina diaria, el consumo de la radio es fundamental para sentirse en compañía mientras se hacen otras actividades. De ahí que sea importante desde un punto de partida profesional de la comunicación el estudio de la radio: saber cómo se procesa y se actúa con relación a la noticia que se transmite en la radio informativa, a la vez que se identifica cómo proceder para informar con precisión para no confundir a la audiencia.

A 100 años del nacimiento de la radio en México, resulta imprescindible hacer un balance del desarrollo y alcances de este medio de comunicación, antecedente de los medios con los que contamos en la ecología mediática del siglo XXI, así como analizar a los portadores de los mensajes transmitidos, a quienes se encuentran detrás del medio como voces que llegan a través de distintos dispositivos y que podemos caracterizar como líderes de opinión.

Es preciso señalar la importancia de un líder de opinión que está en contacto día a día con la sociedad a través de un programa informativo. Su trascendencia es tal que se debe analizar el papel, su interacción con la audiencia, su ejercicio de la libertad de expresión, su capacidad de propiciar el diálogo, la transparencia, la ética, los temas de interés público en materia de lo social, político, económico y cultural que difunden.

Tradicionalmente, los conceptos “líder de opinión” y “opinión pública” han sido utilizados en las investigaciones de la comunicación de masas, sin que hayan sido problematizados o fundados epistemológicamente de forma rigurosa y amplia adaptándose a los cambios sociales y tecnológicos actuales. En el modelo de Katz “The Two-Step Flow of Communication” (González, 2016, pp. 15-32) se identifica que el funcionamiento de la comunicación de masas se desarrolla por etapas o por relevos, por medio de líderes de opinión (o líderes de grupos sociales) que, supuestamente, influyen en los sujetos. Si bien este presupuesto es parcialmente cierto, como el propio Katz y Lazarsfeld lo demostraron, no sabemos con precisión cuáles son los límites de tal influencia de un líder de opinión, ni cuáles son las razones del sujeto que asume esta misma influencia (por cuáles relaciones de poder, propias de una interacción, es decir: de qué manera se asume la posición sociopolítica de los sujetos).

En efecto, lo que se olvida cuando se estudia la comunicación de masas es la multidimensionalidad de variables (de orden social, económico, cultural y, con certeza, cognitivas) que participan indudablemente en todos los procesos de comunicación, no sólo de la comunicación de masas, sino también en la impersonal y grupal. Katz estaba consciente de esto cuando señaló la contradicción de haber concebido desde el inicio a la masa de receptores de la comunicación mediática, constituida de individuos atomizados, aislados, abstractos y darse cuenta de que estos individuos en realidad desarrollan redes, a través de interacciones sociales concretas que configuran los tejidos sociales.

No obstante, de acuerdo con los expertos en *marketing* político, la acción de influenciar de los “líderes de opinión” se logra gracias a su intermediación. Se cree que estos influyen y, por lo tanto, deliberadamente se aprovecha su función para alcanzar la persuasión sobre temas de interés. Pero no estamos en condiciones de demostrar tal influencia. Apenas podemos encontrar algunas evidencias empíricas, como es el caso de los estudios cuantitativos de audiencias. Son, particularmente en este caso, los programas noticiosos en la radio por los cuales fluye la información que forma parte del sistema comunicativo entre medios y sujetos. Es desde donde parto para la caracterización de los sujetos, portadores

de los mensajes, los “líderes de opinión”, en la relación medios de comunicación-sujetos. De la misma manera, la caracterización, lo mismo que su desempeño profesional en el ejercicio periodístico y la dirección del proyecto de cada uno de estos tres “líderes de opinión” elegidos, están complementadas con dos entrevistas directas a: Francisco Alanís Sopitas (ANEXO 2, p. 193) y Ciro Gómez Leyva (ANEXO 3, p. 201).

De esta manera, se ve como, en esta relación comunicativa, los líderes de opinión son actores clave en el proceso de formación de opinión pública. Son élites que popularizan interpretaciones compartidas o coincidencias sobre temas de la agenda pública.

En definitiva, parto de considerar que los líderes de opinión son los que presentan sus posiciones frente a problemas a través de una visión crítica y persuasiva de análisis responsable para criticar problemas políticos, judiciales, sociales y legales, y juzgar, en particular, a los sujetos-actores, integrantes de instituciones como el Congreso, o el gobierno a todos los niveles; a través de los medios de comunicación masiva como son los programas noticiosos de radio elegidos en esta investigación.



## **El carácter de la comunicación en la información radiofónica**

La comunicación humana es fundamental para poder establecer vínculos en la sociedad que vivimos, se comprende como una práctica social que permite introducirnos en distintos contextos culturales, aunque también políticos, económicos (Amador, 2015). “La comunicación es el mecanismo por medio del cual existen y se desarrollan las Relaciones Humanas, es decir todos los símbolos de la mente junto con los medios para transmitirlos, a través del espacio y preservarlos en el tiempo” (Cooley, 1909, citado por Flores, 2010, p. 9).

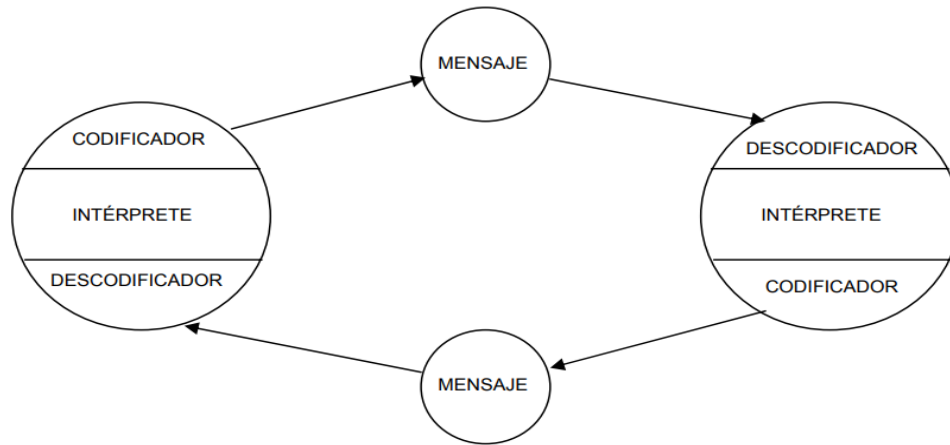
El proceso comunicativo se puede apreciar, según Susana González Reyna, mediante el modelo de comunicación de Roman Jakobson en donde se menciona que el factor que influye en este acto discursivo es un destinador que emite un mensaje al destinatario.

El mensaje necesita de un contexto, de un código que sea común entre destinador y destinatario, así como de un canal para hacer contacto. De esta forma, es posible conservar la comunicación entre el hablante y el oyente (González Reyna, 2000, p. 141).

El modelo comunicativo de Osgood y Schramm (Figura 1) sostiene que los elementos del proceso de comunicación precisan funciones similares: codificar, decodificar e interpretar. Esta estructura subraya la importancia de los actores y los señala como idénticos en los puntos de origen y destino, como se muestra a continuación (Aguado, 2007).



**Figura 1. Modelo de Osgood y Schramm**



Fuente: (Aguado, 2007, p. 204)

En la radio informativa es claro este modelo cuando los conductores de los programas noticiosos traducen de un lenguaje técnico a un lenguaje convencional los acontecimientos en materia económica, política, social o de salud, sólo por nombrar algunas áreas, para que el mensaje que reciben sus radioescuchas sea claro y sencillo de comprender. Es decir, se realiza un mecanismo de traducción de los hechos reales a lo reconocible por la sociedad con articulación de ideas para poder llevar el discurso al público.

En lo referente a la comunicación masiva y particularmente sobre la radio, Teresa Piñeiro y Daniel Martín, en su artículo *Los estudios sobre radio: Un balance desde la academia iberoamericana* (2018), destacan que la radio constituye un medio de gran relevancia en el contexto iberoamericano. A pesar de ello, el estudio del fenómeno radiofónico no ha tenido un alcance significativo académicamente. De ahí que es preciso impulsar los estudios de la radio. Porque la radio ocupa un lugar importante, reforzada con la llegada de internet y sigue siendo el segundo medio más utilizado sólo después de la televisión, debido a la oralidad de sus prácticas culturales (Piñeiro y Martín, 2018).

El artículo referido expresa que se realizó una encuesta a 63 especialistas en la radio sobre la investigación radiofónica a nivel nacional y global. En un apartado para identificar los principales lugares donde se realiza investigación sobre la radio, dio como resultado que donde se realizan más estudios es en España y particularmente en la Universitat Autònoma de Barcelona (Piñeiro y Martín, 2018).

Dentro del mismo contexto iberoamericano, en segundo lugar, después de España se encuentra Brasil. Respecto a los estudios brasileños sobre la radio y sus áreas de investigación como el estudio de la transformación que ha tenido la radio en la era de la convergencia digital, este país se ha posicionado entre los investigadores en la materia concretamente en la Universidade Federal de Ouro Preto (Piñeiro y Martín, 2018).

En México, Virginia Medina en *Homo Audiens. Conocer la radio: textos teóricos para aprehenderla* (Medina y Botello, 2015), en el capítulo dos: *Los pioneros* (pp.37-93), presenta la contribución del sociólogo Paul Lazarsfeld como precursor en la investigación del fenómeno radiofónico. Al tiempo que destaca el éxito que este sociólogo, considerado “padre” de los estudios de la comunicación, obtuvo con el estudio del consumo de la radio, especialmente en asuntos políticos. Lazarsfeld se concentró en el comportamiento y los efectos que tiene la audiencia en cuanto a sus propias preferencias por medio de análisis cuantitativos.

De esta manera, en el marco del desarrollo de la radio y las investigaciones lideradas por Paul Lazarsfeld, se logra apreciar cómo se diseñaron estudios sobre la radio que tuvieron el propósito de proporcionar información valiosa acerca del rol que posee la radio con respecto a la vida de quienes la escucha.

De acuerdo con Lazarsfeld y Katz, retomado por Mario Maraboto (2013), para hablar de líderes de opinión, es imprescindible rescatar de dónde surge este término, en este sentido, se puede señalar que la expresión *líder de opinión* nace

de la Teoría de Doble Flujo de comunicación en la década de los años cuarenta en la que los sociólogos Elihu Katz y Paul Lazarsfeld de nacionalidades estadounidense y austriaca respectivamente, demostraron en un estudio, cómo las personas elegían a los candidatos en unas elecciones y en el efecto la importancia de los líderes de opinión. Sus indagaciones descubrieron, entre otras cosas, que los medios de comunicación no tenían gran influencia en las elecciones, sin embargo, descubrieron que la gente tenía más confianza en la comunicación “frente a frente” con los líderes de opinión (Maraboto, 2013). De ahí que los mensajes de los medios de comunicación eran más efectivos, si un líder de opinión —especialista en su ramo— los emitía.

La Teoría de Doble Flujo de comunicación establece que las personas obtienen su información y a la vez crean su opinión sobre temas de interés social y político principalmente de una manera indirecta a través de comentarios o apreciaciones de los líderes de opinión y no de las noticias, o bien, de los mensajes directos que transmiten los medios de comunicación. Según Katz y Lazarsfeld, un líder de opinión no abarca todos los campos, mientras que algunos pueden serlo en asuntos políticos, otros pueden hallarse en diversas materias (Maraboto, 2013).

Lazarsfeld y sus colegas realizaron varias investigaciones frente a la idea de que los medios de comunicación son un poder casi omnipotente. Esos esfuerzos pudieron demostrar que en las decisiones sobre el voto o compra de un producto no se origina sólo con el mensaje de los medios, sino que, en caso de haber influencia, es desde los líderes de opinión (González, 2016).

El término “Líder de opinión” ha sido utilizado desde principios del siglo XX en las investigaciones sobre la comunicación de masas y para sostenerlo se acude a la obra *Propaganda Technique in the Word War (1927)*, (González, 2016).

Por su parte, Otto Lerbinger (1979), señala que los medios masivos de comunicación seleccionan líderes de opinión para que sirvan como canales de comunicación con el público. Aquellos que se distinguen o llegan a ser considerados como tales cuando un número importante de personas coinciden con ellos y siguen sus consejos y creencias, debido a que estas personas tienen una línea de pensamiento similar, o al carecer de ella, toman la de aquellos como propia (Alcantar,1995).

Según el diccionario del Instituto Nacional de Estudios Políticos, el líder de opinión es una persona u organización capaz de ejercer influencia sobre las actitudes o conducta de otros individuos, en forma deliberada, hacia otras formas de pensar o de actuar y que lo hace frecuentemente, en virtud de que es percibido por los demás como una autoridad o una fuente confiable de información y noticias, y cuyos puntos de vista son tomados como modelo por un grupo social o una comunidad (INEP, s.f).

Entre las características que poseen los líderes de opinión está la de mantener una línea política, social y moral reconocida como correcta. Debe conocer y poner en práctica el contexto de los factores positivos y negativos de la información que está transmitiendo, con el propósito de que quienes la escuchen la comprenda en su totalidad y elijan una postura convincente para el desarrollo personal o en conjunto (Alcantar, 1995).



## Importancia de la radio en el acontecer nacional

Es significativo señalar algunas manifestaciones del fenómeno radiofónico en México y comprender por qué es importante para la ecología mediática en la que nos encontramos inmersos el día de hoy.

La radio es un medio que, sin lugar a duda, llegó para quedarse. Uno de los seminarios que se ha encargado de reconocer su riqueza histórica es el SEPER, y en textos como *Nuestra es la voz, de todos la palabra. Historia de la Radiodifusión mexicana 1921-2010* (Medina Ávila, V y Vargas Arana, G., 2011), con acontecimientos dignos de ser rescatados aquí como antecedentes.

Después del movimiento armado que dio inicio en 1910, en la segunda década del siglo XX:

Siguió el arduo trabajo de construir las instituciones que dieran sostén al nuevo estado mexicano. Los años sucedían en batallas militares, políticas y económicas, una década después persistían los tiempos de caudillos; 1917 había revelado el nuevo credo patrio, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, pero la adrenalina social seguía sublevada, cuando a México lo sorprendió otro vuelco, casi íntimo en un principio, como toda novedad de invento que aguarda su presentación social: la radio (p. 46).

En México el nacimiento de la radio celebró su primer centenario que data del 27 de septiembre de 1921.

Tras la aparición de la radio en nuestro país, la prensa atestiguó los hechos y la concibió como una extensión o auxiliar en su quehacer informativo:

Martín Luis Guzmán ideó la primera columna o sección especializada en radio en su periódico *El Mundo* a partir de febrero de 1922, o, cuando *El Universal* tituló en primera plana la creación de su radiodifusora: “La primera estación radiofónica en la República”, fundada el 8 de mayo de 1923, la CYL El Universal – Casa del radio.

Los periódicos dan cuenta sobre la fascinación, que causó la aparición de ese instrumento mágico durante la década de los años veinte. *El Universal* y *Excélsior* testimonian la novedad de la voz radiofónica, se habla de distancias, zonas muertas, despertares, misterios, romanticismo, alfabetos del aire, eclipses, invasiones, fiebres y sueños: "Un radiófilo mexicano logra hacerse oír en Londres", "¿Construirá la radiotelefonía despertar religioso?", "La radio no es competidor probable del teléfono", "Cómo transmitir por radio los latidos de un corazón enamorado", "La mejor manera de aprender el alfabeto de radio es soñándolo", "Los eclipses y sus efectos sobre la recepción", "El radio invade cinelandia" y "Transmisión de energía por radio"

Las noticias suenan desde todos los puntos cardinales del mundo, hablan de política, religión, cine y teatro: "El candidato demócrata no hará gira, usará solo la radio", "El Papa Pío XI hablará por radiofonía a todas las naciones del mundo", "El radio como arma tremenda de la policía", "Las fieras del circo dan un concierto por radio", "La primera vez que los esquimales escucharon un aparato de radio", "El maravilloso invento de la radio-visión. Pronto habrá cinematógrafo por radio", "Las novelas de radio", "El paraíso del radio", "Clases de gimnasia sueca por radio", "La creación del teatro por medio de las ondas hertzianas es ya una realización que vendrá a revolucionar las bambalinas", "El radio contra el turismo", "El radio, aliado del teatro" (Medina y Vargas, 2011: 47-48).

Otros episodios de la radio mexicana con referencia a la vida política en México entre 1921 y 1924, que nos ayudan a comprender la importancia de la radio en aquellos años, son, por ejemplo, su uso como estrategia militar con las primeras pruebas radio-experimentales, o cuando la radio fue silenciada.

La radio mexicana nació con unas coincidencias históricas, emprendió su camino de prueba experimental un día de las grandes efemérides nacionales, en la celebración del centenario de la Consumación de la Independencia, el 27 de septiembre de 1921. "La estación más antigua hasta nuestros días, la XEB, inició de manera oficial como estación de la cigarrera El Buen Tono, con las iniciales CYB, en una noche nacional, la del grito e Independencia, el 15 de septiembre de 1921" (Vargas, 2018: 76).

El general Álvaro Obregón fue el destinatario de los mensajes de prueba en 1921, testigo de su presentación ante la sociedad mexicana en la Feria de la Radio de 1923. Alentó al medio desde las secretarías de Guerra y Marina; Educación Pública y Relaciones Exteriores, y, cuando consideró violentado el estado posrevolucionario, silenció la radio. Las transmisiones radiales fueron suspendidas ante el levantamiento delahuertista a finales de 1923.

Obregón alentó desde su presidencia la aparición y desarrollo de la telefonía sin hilos, la vio no sólo como un inédito medio de comunicación, sino también como un medio de estrategia militar, que probó en la escuela de aviación ubicada en los campos de Balbuena.

Desde un inicio, la radio entusiasmó a ingenieros, periodistas, abogados, doctores, políticos y militares, que fueron llamados radiófilos; los hubo desde las inaugurales conferencias sobre radiotelefonía y creación de las primeras organizaciones de aficionados entre 1921 y 1922.

La radio llegó a nuestro país con el antecedente de que la primera estación formal del mundo, la KDKA de East Pittsburg, Pensilvania, Estados Unidos, fue inaugurada el 2 de noviembre de 1920, con la noticia de los resultados de la elección presidencial entre el ganador James Harding y James M. Cox, antes de que lo hiciera cualquier periódico (Medina et al., 2018:81).

En México, los tiempos de la sucesión presidencial de 1924 discurrieron a la par del nacimiento de las primeras radiodifusoras, proceso anunciado con la inevitable confrontación entre los candidatos Calles y De la Huerta.

La disposición del gobierno de Álvaro Obregón por alentar el desenvolvimiento de la radiotelefonía –como se llamó en principio a la radio– se dio a través del secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Armando Aguirre, en enero de 1922, quien dijo: “Las ondas no son nuestras exclusivamente. Son de todos, y todos podemos usarlas” (Vargas, 2018; 76), afirmación que señaló la



apertura que desde las primeras pruebas radio-experimentales el propio gobierno llevó a cabo desde la Escuela Nacional de Aviación de Balbuena en 1921 y 1922, por el interés de contar con estaciones transmisoras en las secretarías de Educación Pública y Relaciones Exteriores.

Desde las secretarías de Educación Pública; Guerra y Marina, y Relaciones Exteriores, el gobierno obregonista alentó la comunicación radiofónica. La Escuela de Ingenieros Mecánicos y Electricistas (EIME) organizó el primer programa formal para ser escuchado más allá de las fronteras, el 3 de enero de 1923; días después, el 19 de marzo, el coronel José Fernando Ramírez, junto con el joven aficionado José de la Herrán Pau, inició las transmisiones experimentales de la estación JH de la secretaría de Guerra y Marina, inaugurada el 15 de mayo de ese mismo año.

La aventura política en la radio inició con la revuelta de Adolfo de la Huerta, luego ocurrieron episodios como la proyección para que el candidato a la presidencia, el general Plutarco Elías Calles impulsara su campaña con el primer mitin político transmitido por radio, el 12 de abril de 1924; con la toma de protesta del presidente electo a través de la estación CZE de la Secretaría de Educación Pública. También se escuchó la transmisión del primer debate de índole político entre dirigentes de la Confederación Regional Obrera Mexicana, en agosto de 1926, y resonó la noticia sobre el asesinato de Álvaro Obregón el 17 de julio de 1928.

Otro ejemplo de las manifestaciones noticiosas que se dieron a lo largo de la historia de la radio mexicana ocurrió el 5 de febrero de 1930. Surgió Radio Mundial XEN encabezada por el periodista Félix F. Palavicini, la primera en ofrecer un servicio continuo de noticias. En septiembre de ese mismo año comenzó a operar la XEW, que a diferencia de las emisoras de su época llegó a contar con una planta de 50 mil y posteriormente con 100 mil watts de potencia, con lo que logró un alcance nacional y más allá de las fronteras: era escuchada en Centro y

Sudamérica y en el sur de los Estados Unidos, de ahí que haya tomado el lema de “La voz de la América Latina desde México”.

Por su parte, Medina Ávila en *Homo Audiens III* (2018), rescata un acontecimiento invaluable en la historia de la radio mexicana; la cadena nacional que, de nueva cuenta ofrece una manifestación política, cuando el presidente Lázaro Cárdenas dio a la sociedad mexicana un mensaje que inmediatamente retomaría la prensa; la expropiación de las empresas petroleras extranjeras en México.

La noche del 18 de marzo de 1938 a través de la radio, mientras las familias se aproximaban a escuchar el programa de su preferencia, el locutor anunció que todas las estaciones radiofónicas de la República Mexicana quedaban encadenadas para transmitir un mensaje presidencial. El presidente Lázaro Cárdenas informaba al pueblo de México las razones que se tuvieron para proceder así y demandar a la nación el apoyo moral y material sobre la expropiación definitiva del gobierno en las compañías petroleras. Fue hasta el día siguiente que los diarios replicarían el mensaje, pero la radio tuvo la primicia de informar a todo el país la noticia que a muchos todavía les causaba incredulidad (Medina et al., 2018: pp.107, 108).

Al paso de la historia, la radio, en una dimensión mundial, se ha enfrentado a dos grandes adversidades; con la prensa en la década de los veinte y treinta, posteriormente, en los años cincuenta y sesenta con la aparición de la televisión. Y a partir de entonces, la radio tuvo que adaptarse a la llegada de nuevas formas de información visual.

Sin embargo, la radio es un medio de comunicación masiva que ha sabido adaptarse a las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas. A cien años de su aparición, sigue vigente, se transforma cada día en proceso caracterizado por su resiliencia.

Las particularidades de esta transformación nos llevan a pensar en la incorporación de la radio del siglo XXI, en convergencia digital y su adaptación en el ecosistema mediático digital en una dinámica que el SEPER identificamos como *radiomorfización*.

Otro hecho que hizo patente la importancia de la radio aconteció en 1985. La radio demostró la fuerza que tiene para mantener la comunicación ante los infortunios de la naturaleza, aquella mañana del 19 de septiembre, cuando el reloj marcaba las siete de la mañana con diecinueve minutos, la Ciudad de México se paralizó por la tragedia.

Un terremoto de magnitud 8.1 grados en la escala Richter interrumpió las señales de televisión que se transmitían en ese momento, y durante un lapso de cinco horas estuvieron fuera del aire todos sus canales, pero no las estaciones de radio. Minutos después del movimiento telúrico, la XEW radio dedicó su tiempo a narrar lo ocurrido en voz del periodista Jacobo Zabludovsky por medio del teléfono del coche en el que recorrió las calles de la Ciudad de México (Noticieros Televisa, 2019).

Jacobo Zabludovsky, periodista de gran trayectoria profesional con un prestigio importante, considerado líder de opinión, realizó una crónica de lo que veía a su paso: edificios, cines y hoteles derrumbados. Entrevistó a personas que encontró en su camino y dio cuenta de los hechos lamentables a la población, a través de la radio.

La radio acompaña a la gente y está siempre dando cuenta de los hechos más relevantes. Su misión informativa es fundamental, como también, es indispensable hacer resonar la voz de todos los sectores, sin olvidar el compromiso ético que se tiene ante el público cuando se trata de informar y opinar. Para reiterar la trascendencia de la radio y ponerla en el contexto como medio de

comunicación masiva, es importante destacar otros sucesos que ha protagonizado a lo largo de su evolución en México. La Radio Mexicana nació con una coincidencia histórica. Empezó su camino el 27 de septiembre de 1921, día en que se conmemoró el centenario de la consumación de nuestra independencia.

La noche del 18 de marzo de 1938 se escuchó en cadena nacional –cuando todas las estaciones de radio quedaron enlazadas–, la transmisión de un trascendente mensaje a la nación. El presidente Lázaro Cárdenas informó a la sociedad mexicana sobre el decreto de la expropiación petrolera de las empresas extranjeras en México. Fue una noticia que al día siguiente la prensa retomó en todo el país, pero que la radio se adelantó a difundir, permitiendo con ello conocer, desde sus inicios, la capacidad que posee como medio informativo, el cual más tarde se transformaría en la cuna de líderes de opinión como los seleccionados para esta investigación.



## **Estaciones y protagonistas pioneros**

### **CYL El Universal-La casa del Radio**

Después del trabajo de los primeros radio-experimentadores, siguió la organización de estaciones con un estilo propio en la radiodifusión mexicana, CYL El Universal-La Casa del Radio, CYX Excélsior-Parker. CYH High Life y CYJ General Electric, trascienden los momentos de iniciación al cimentar las estaciones formales de radiotelefonía con elementos que hasta el día de hoy siguen vigentes como la publicidad y los locutores, pero también formaron parte de la creación de formatos de una programación radiofónica a la que después se sumarían otras estaciones.

Respecto a la creación de CYL –la primera estación comercial en México. Fundada por los hermanos Luis y Raúl Azcárraga Vidaurreta, en asociación con el periódico *El Universal-*, es pertinente recordar cómo surgió la idea, en voz de uno de sus fundadores, Raúl Azcárraga, entrevistado por Felipe Gálvez Cancino (1971):

Antes que nada, debo aclarar que no fue mía la idea de las radiodifusoras en México. Fue de uno de mis distribuidores. De Sandal S. Hodges, coronel del ejército EUA, quién me traía las refacciones para los autos [Ford] que vendía [en el Garage Alameda de Av. Juárez No. 62].

Me dijo: No, en esto usted le mete poesía, música, canciones, discursos y nadie le contesta. A usted le oyen. Usted no tiene que oír a nadie.

Algo me llevó a pensar que Hodges me proponía un buen negocio, y le respondí que sí. Que me interesaba por los aparatos que me hablaba. Sin esperar más me llevó al Campo Militar Sam Houston, ahora Randolph Field [dijo Raúl], allá por San Antonio (Texas), EUA. En este sitio me mostraron los aparatos de radio. Me agradaron y decidí comprar una planta transmisora. La armaron allí mismo, en Sam Houston. Se trataba de un aparato de 50 watts, que fue el primero que tuve. Más tarde me hice de una más potente, de 500 watts. Con ella salí al aire, creando una de las primeras estaciones de radio en México. Se llamó CYL y su primera

emisión tuvo lugar el 18 de septiembre de 1923 [La transmisión del 8 de mayo del mismo año se hizo con el aparato de 50 watts]. En realidad, se trataba de la misma emisora de El Universal y La Casa de Radio, pero más potente. (Gálvez, 1984).

Raúl Azcárraga, propietario de la CYL, persuadió al gerente de la empresa cigarrera El Buen Tono S.A. de qué este a través de la creación de una estación de radio promoviera sus productos haciendo un llamado a sus clientes para canjear aparatos de radio-receptores por cajetillas vacías:

El señor ingeniero José J. Reynoso, político guanajuatense y gerente, por aquellos días de El Buen Tono S.A., conoció la radiotelefonía gracias a mí. Un día de tantos le sugerí que instalara una planta de radio en el edificio de su empresa. Le hice ver que si así lo hacía podría divulgar los productos de su fábrica y premiar a sus clientes con aparatos de radio de los que yo vendía. Le dije incluso que no estaría mal ofrecer un receptor de radio [costaban entre 25 y 100 pesos] como obsequio a cambio de dar a El Buen Tono S.A., un determinado número de cajetillas vacías de cigarros El número 12. Esta era la marca de los pitillos que le propuse para promover sus ventas y su estación. El vendería unos cigarrillos. Yo más receptores de radio. A Reynoso le interesó mi proposición y me respondió así: Oiga Raulito, me parece buena idea. Fue así como yo traje a México las plantas de la CYB y de la CYL. Traje los aparatos de las dos estaciones (Gálvez, 1984).

En las emisiones que iniciaron siendo solo nocturnas, los martes y viernes, la CYL transmitía conciertos con música para bailar patrocinados por la Casa Sanborns. También cuartetos de música clásica y música de Jazz. La estación hizo posible escuchar por primera vez a través de la radio el Himno Nacional, interpretada por una banda militar, además de programas religiosos y los primeros programas para niños. En el primer programa infantil en marzo de 1924 se escuchó a la poeta chilena Gabriela Mistral recitar una versión de “La bella durmiente del bosque” escrita por ella, (Medina y Vargas, 2011. p. 92).

Con el tiempo, la CYL incorporó nuevos contenidos en sus transmisiones radiofónicas. En el tercer trimestre de 1924, creó las radio-audiciones artístico-

educativas, conciertos de Chopin y Beethoven, a cargo de las academias “Juan Sebastián Bach” y “Pierson”, con la dirección de los profesores Carlos Castillo y José Pierson, respectivamente. Mientras que, el 16 de septiembre de ese mismo año, implementó el *radio-truck*, un transmisor instalado en un automóvil para llevar los programas de la estación a diferentes lugares de la Ciudad de México.





## **CYB El Buen Tono, S.A.**

Como ya se señaló, Raúl Azcárraga tuvo influencia para la creación de CYB<sup>3</sup> El Buen Tono (de la Cigarrera El Buen Tono), Azcárraga convenció al ingeniero José J. Reynoso, gerente de la cigarrera para crear una radiodifusora para promover sus productos. La CYB, en 1929 pasó a ser la XEB, cuando México se unió a los acuerdos de la Convención Radiotelegráfica Internacional.

El también político José J. Reynoso y el publicista de El Buen Tono S.A., Juan Beraza hicieron el encargo de una planta transmisora por intermediación de Raúl Azcárraga. Las transmisiones con aquel equipo traído desde la ciudad de San Antonio, Texas en Estados Unidos, iniciaron el 14 de septiembre de 1923 desde las instalaciones de sus oficinas en Francisco I. Madero 20.

Para dar cuenta de ello, se rescata el fragmento de una entrevista en la que el gerente de El Buen Tono narra el acontecer de la estación CYB (luego XEB), publicada por *El Universal* el 3 de octubre de 1923:

Nuestra estación es de 500 watts, cuenta con dos generadores y una excitadora [de energía], tiene dos torres que ahora se alzan a 20 metros de altura pero que se prolongarán en pocos días hasta 32 metros y mandamos emisiones por onda de una longitud de 370 metros.

El coronel de ingenieros, señor J. Fernando Ramírez, es prácticamente el todo de la estación, le secundan con una actividad y pericia digna de elogios de muchachos inteligentes y expertos, los señores José R. de la Herrán Pau y N. García Ramos. Con esos elementos no es raro que C.Y.B., sea la estación que transmita con mayor claridad de la República y no tengo empacho en decir, que en breve será conocida como una de las mejores del Continente Americano.

---

<sup>3</sup> En la Conferencia Internacional de Telecomunicación celebrada en Berna , Suiza en julio de 1924, se asignó a diversos países las siglas que deberían utilizar para identificar a las estaciones que prestaban el servicio de radiodifusión. A México le son asignadas las siglas CYA a CZZ.

[...] desde el día 27 del pasado mes inauguramos la serie de conciertos que se llamarán “NOCHES MEXICANAS” a las que dedicamos los jueves de cada semana; en esos días sólo se transmitirán canciones, conciertos, poesías y romanzas vernáculas.

[...] tengo especial orgullo de mostrarle la que me dirige el ingeniero, señor C. de Tárnava que tiene un laboratorio de radio y que escribe entre otras cosas, lo que sigue: “El sábado 20 a las 20-21 horas, ante gran auditorio se oyó el concierto con su admirable modulación, perfecta claridad y sobrada fuerza. Les felicito por lo selecto de la música y por el balance perfecto de programas... la música y el canto se podían oír a una distancia de tres cuerdas usando el magnavox. Lo largo de la onda, de 360 metros, era lo suficiente para poder eliminar la de la estación W.G.Y.de Schenectady, N.Y. (*El Universal*, 1923).

Entre el equipo de operadores de la CYB se distinguió a un español, quien fue uno de los técnicos en las labores radiofónicas en especial con las empresas de Emilio Azcárraga: el ingeniero José de la Herrán Pau (Villagómez, 1984, pp.16,17).

Oriundo de Barcelona, España y nacido en 1903, De la Herrán llegó a radicar a México. Posteriormente, emprendió camino a los Estados Unidos para estudiar mecánica en la Universidad de Hopkins y también para poder aprender el idioma inglés en aquel país, donde trabajó embobinando motores eléctricos. Entre otras actividades, repartía telegramas y esto le permitió conocer a un radio-experimentador de nombre William Jones. Años más tarde regresó a nuestro país en 1922 e instaló las estaciones: JH de la Secretaría de Guerra; la CYL de El Universal-Casa del Radio, y CYB de la Cigarrera El Buen Tono.

El ingeniero Pau no sólo tuvo injerencia en la radio de la Ciudad de México, sino también instaló otras estaciones de radio y antenas en otras entidades de la República Mexicana y se dedicó a la fabricación e instalación de antenas.

José de la Herrán, Guillermo Garza Ramos y el coronel Fernando Ramírez pusieron en marcha la CYB, previo a esto inauguraron la estación JH en marzo de 1923. Al año siguiente construyeron un transmisor de 50 watts para la compañía de Luz y Fuerza en el estado de Oaxaca además de comenzar las instalaciones de radio de la Fuerza Aérea Mexicana de ese entonces, por órdenes del General Gustavo Salinas. En 1926 también trabajaron en la Compañía Telefónica Mexicana en la elaboración e instalación de líneas de larga distancia y circuitos telefónicos en Querétaro, Monterrey y San Luis Potosí (Medina y Vargas, 2011, p. 95).

Al inicio de la década de los treinta, mantuvo relaciones laborales con Emilio Azcárraga Vidaurreta y sus empresas, como la Compañía México Musical, S.A., distribuidora de tocadiscos y radio receptores y accionista de la XEW. Instaló también equipos de 500 watts de potencia en la XET de Monterrey, Nuevo León y para la XEW en la Ciudad de México. El ingeniero José la Herrán era el encargado de dar mantenimiento a las instalaciones radiofónicas propiedades de Emilio Azcárraga Vidaurreta.

Entre algunas de las transmisiones que realizó la CYB en sus inicios se produjo la transmisión radiofónica de la pelea de box de Jack Dempsey contra Luis Ángel Firpo en 1923; eventos de la colonia española: fiestas de Covadonga; presentaciones de Esperanza Iris y en junio de 1924 transmitió desde el Hotel Regis un concierto para el público reunido en el Country Club. En 1929 la estación CYB El Buen Tono pasó a ser conocida como XEB a efecto de la unión de México a la Convención Radiofónica Internacional y sus acuerdos. Entre muchos otros acontecimientos dados a conocer en la radio.



## La radio informativa

Las estaciones de radio en el cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México no se limitan solamente a transmitir música. En este sentido, la audiencia busca en ellas enterarse de los hechos que trascienden a su alrededor. Incluso, algunas frecuencias que emiten los temas de cualquier género musical del momento, incorporan un espacio informativo en sus transmisiones para cumplir siquiera con la legislación en vigor (Méndez, 1995).

Emma Roderó (1998) rescata la idea de Ezequiel Solana, la cual apuntala el sitio que ha ganado la radio en distintas áreas temáticas pese a los diferentes medios de comunicación que forman parte de la ecología mediática: la inmediatez y el fácil acceso a la radiodifusión para obtener información.

La radiotelefonía se ha puesto al alcance de todos: señales horarias, previsiones meteorológicas, noticias de periódicos, conferencias y conciertos son lanzadas al espacio y difundidas en todas direcciones para que sean oídas en millares y millares de aparatos, instalados hasta en las casas más modestas, lo mismo en las ciudades que en los campos, (Solana, p. 152 1928, citado por Roderó, 1998).

Roderó señala que autores como Cebrián Herreros (1991) subrayan que la tecnología es la aliada de la radio para superar la crisis tecnológica, la cual está al alcance del público, principalmente desde la digitalización de la televisión. En este sentido, los usuarios no pueden tolerar que la radiodifusión se quede en rezago frente a las bondades tecnológicas. Sin embargo, no sólo es cuestión técnica, también de los contenidos que ofrecen las radiodifusoras, (Roderó, 1998).

Con cada una de tales mejoras tecnológicas no sólo se ha conseguido que la radio llegue a través de cada vez más sistemas de difusión y distribución, sino, además, que los oyentes puedan interactuar con ella con mayor facilidad; de hecho, el papel de la audiencia ha roto la linealidad y verticalidad de la programación, lo cual ha contribuido a la conformación de nuevos lenguajes,

géneros y fórmulas narrativas: sin perder su esencia sonora, el medio aporta hoy elementos visuales —imágenes y videos— con los que la radio ha logrado hacerse un hueco en los dispositivos con pantalla que determinan el consumo digital (Pedrero, Barrios y Medina, 2019).

En la radio informativa en nuestro país hay personajes célebres a los que debemos acudir para conocer la evolución del género. Uno de ellos es Teodoro Rentería Arróyave, quien en el libro *Mi vida son mis amigos: Una historia de los noticiarios en México* (Borbolla y Villa, 2009), revela algunos datos sobresalientes:

[Emilio Azcárraga Milmo] se inició en XEDF y con su primer equipo de reporteros —entre ellos Teodoro Rentería- irrumpió en el mundo de la información radiofónica con sus propios noticiarios. Después, para consolidar el imperio que heredó, decidió eliminar de la radio los informativos que se producían directamente en las redacciones de tres periódicos, *Excélsior*, en primer lugar, para crear los propios.

Tras un año de trabajo [1958], la XEDF le ganó en rating a la corona del imperio: XEW. Y como premio su padre, don Emilio Azcárraga Vidaurreta, le dio a “*el tigre*” otra estación de radio, la XEB, y luego una tercera la 660, que había sido de mi primo Anselmo Villegas Rentería. Nombraron a don Gustavo Olguín, director de noticiarios XEDF. Desde ese momento nuestras noticias salían al aire cada hora en la hora. A los reporteros nos equiparon con patrullas informativas que tenían torreta, sirena y un aparato Motorola que llenaba la cajuela. Eran automóviles Ford modelo del año, con micrófono y un centro de control que estaba en la radiodifusora. Transmitíamos información desde el lugar donde surgía la noticia.

A los reporteros nos dieron a elegir fuentes de información, yo preferí la policiaca (...) teníamos 18 noticieros y en todos entraba yo con la información. Terminaba también con una frase que me hizo también muy famoso: “Entérese sin tener la vista fija”.

También solíamos reportear con unas grabadoras Ampex, que eran dos cajas grandotas. Teníamos que acompañarnos con dos operadores, pues uno solo no podía cargarlas. Ya te puedes imaginar cómo se preparaba una entrevista, con toda la parafernalia. Se ponían los audífonos, se metían los tonos, etc., para hacer

una entrevista. Posteriormente llegaron las grabadoras de alambre –aún no se inventaban las de cinta magnetofónica. (...) Eran grabadoras a las que se les daba cuerda. Como me tocó abrir las fuentes policiacas para la radio, los colegas de la prensa escrita se burlaban de tu servidor, me decían que yo no era periodista: que con mis cajotas me fuera a dar toques a una cantina. (...) Así empezamos en XEDF. Con esas grabadoras (Borbolla y Villa, 2009).

Otro antecedente la radio informativa se dio en 1961, con la creación de la agencia INFORMEX (Trejo, 1998, p. 47-48.) Raúl Trejo Delarbre en: *Las agencias de información en México* (1998).

Esta agencia buscaba proporcionar la información de noticieros tanto de radio como de televisión. Al inicio, la estructura de INFORMEX contaba con pocos redactores y más personal técnico. Álvaro Gálvez y Fuentes, fundador de la agencia, insistió en la pertinencia de su creación para brindar los servicios informativos a diversos noticiarios. Los asociados de la agencia tenían espacios dentro de los noticieros que producían, conseguían patrocinadores de los programas mediante la difusión de su publicidad (Trejo, 1998, p.40).

En 1985 INFORMEX presentó cambios con la intención de modernizarse. Uno de sus directivos le explicó a Trejo Delarbre el funcionamiento de la empresa: su estructura se basaba en reportajes que se transmitían al aire en las “patrullas informativas” que tenían en aquella época. Si ocurría un choque, al lugar de los hechos llegaba una patrulla que transmitía desde ahí el reporte (Trejo, 1998, p.40).

INFORMEX se pudo desenvolver porque su competencia era muy escasa debido al servicio de agencias internacionales que casi no prestaban servicios en español y los clientes nacionales tenían que recurrir a la traducción de sus contenidos. En el año 1975, tras el fallecimiento de Álvaro Gálvez y Fuentes, la empresa fue adquirida por el periodista Rogelio Cárdenas.



Por otra parte, Guillermo Salas Peyró, dueño de Radio Mil, fue un empresario que apoyó el impulso del periodismo radiofónico. El testimonio sobre su interés en la radio informativa es Teodoro Rentería, quien fue llamado por Salas Peyró para la creación de un espacio de noticias del Núcleo Radio Mil:

Llegué a Radio Mil en mayo de 1972 para crear la División de Noticias, con un éxito que no ha tenido nadie, hasta llegar a 6.5 puntos de rating, con 20 noticieros, tres muy importantes, uno de ellos llamado Primera Plana porque se hacía con la información de la primera plana de los periódicos matutinos, con el principal editorial del día y se comentaba la caricatura más periodística. Cuando llegué le puse a los noticieros el nombre de Núcleo Noticias. Por eso es Núcleo Radio Mil. Una de mis condiciones para aceptar el puesto fue que se hiciera por primera vez en México, el editorial de la radio.

(...) Realmente con Radio Mil solamente competía la TV, y le ganábamos lógicamente por la ductilidad de la radio, ahí se hicieron grandes figuras del periodismo como Laura Pérez Hernández, Luis Lara Ochoa, Roberto Pérez Hernández, Carlos Suárez, Edgar Hernández, Enrique Garay y Jorge Rocha. Amalia Frías, Virginia (Vicky) Bello, Perla Xóchitl Orozco, Juan José Bravo Monroy, Aida Solís Manjarrez: éramos doce y todo mundo suponía que el trabajo lo realizábamos sesenta (Borbolla y Villa, p. 86-87).

Otro impulsor de la radio informativa fue Ricardo “El Vate” López Méndez. En un artículo rescatado en 1961 se encuentran las agencias informativas, entre ellas, “Informex” y “Radio Información Nacional” como ejemplos de unión de éstas con la radio. En el artículo mencionado López Méndez pedía que la vida al instante de forma noticiosa fuera difundida por todos los espacios en el país cuando le preguntaron cómo debía ser el periódico del aire (Medina y Vargas, 2011, p. 432):

Los tiempos han cambiado, los sistemas electrónicos perfeccionados en nuestros días han venido a dar un impulso mayor a la divulgación de noticias e ideas, y no puede negarse que el periódico impreso encuentra mayor impulso en la velocidad del periódico hablado.

El mundo busca y alcanza metas increíbles de velocidad. Quien no comprenda esto, se va quedando a la zaga de su propia vida. No es posible permanecer por más tiempo aislado, indiferente, o bien atrasado de noticias. Donde quiera que el hombre desarrolla sus actividades, pertenece al conglomerado, quiera o no. La convivencia de los pueblos, todos, se ha hecho obligatoria y esa convivencia se persigue incesantemente por los más poderosos. No ser una potencia en el sentido político, no quiere decir que no sea en potencia un sector comprometido dentro del común denominador histórico de los pueblos grandes y pequeños. *Leer con el oído lo que se escribe con la voz* es el prodigio de la radiodifusión. Y aprovechar ésta para dar intensa difusión a las noticias y a los múltiples valores del conocimiento y de la cultura, es y debe ser, la primera ambición de la radiofonía.

Ahora bien, tenemos que reconocer que hasta la fecha no se ha creado en el país un auténtico periódico del aire, un verdadero periodismo radiofónico. Leer noticias ante el micrófono, propagar de una manera aislada valores de cultura, conocimientos generales, no es ni con mucho, periodismo radiofónico. Comentar sucesos e información general en cinta electromagnética retardada, equivale a lo mismo que sucede con los diarios capitalinos en algunos lugares del país, a donde llegan con atrasos de dos horas, y a veces de días. En otros términos, que nuestros medios de comunicación, incipientes aún, tienen que ser superados de alguna manera, y esta labor corresponde a la radiodifusión, a través de las ondas largas y cortas.

Por eso a todas las radiodifusoras del interior de la República, nos agradecería —es al menos mi opinión personal— recibir en condiciones óptimas de audibilidad un periódico del aire difundido en ondas cortas desde la capital de la República, para retransmitirlo en nuestra frecuencia local, y así servir mejor al auditorio.

Las noticias difundidas desde esta capital a través de las grandes emisoras no llenan el vacío que aquí se apunta, por las heterodinas que las afectan y porque a ciertas horas son prácticamente inaudibles en algunas zonas de la nación. Hay que aprovechar aquí la oportunidad para afirmar que las emisoras locales están realizando una función que no es dable cumplir a las emisoras de altas potencia, por las razones que hemos considerado.

Ahora bien, ¿cómo debe ser el periódico del aire? A mi ver, debería ser un columnismo en variedad de voces. Un gran escritor, Félix Feneón, es creador de esta retórica denominada de “comprimidos periódicos” que vino a reducir a tres líneas lo que antes fue el arte de “inflar programas”. Ya nos hemos acostumbrado a este tipo de información que elimina la hojarasca y deja la noticia escueta y clara. El columnismo radiofónico, por su parte, permitirá conocer opinión docta en materias diversas. Las entrevistas recogidas por medio de estos sistemas en las mismas calles de las ciudades o a lomo de surco en la campiña, darían el tono de mayor interés y comprensión y, por ende, de vida en activo. Y todo esto y más, dentro de limitación del tiempo –el tiempo es factor decisivo en radio, pero sin menoscabo de la esencia periodística-. Hay una anécdota sobre esta forma de abreviar que ahora viene a cuento. Un día el Director del “Fígaro” de París, después de haber leído el original de cierta crónica, dijo al autor:

— ¡Que largo le ha salido esto!

— Cierto (contestó el cronista), cierto... Des que no he tenido tiempo para hacerlo más corto... Pero en realidad, saber decir las cosas con menos palabras, ya es arte común en el tiempo de la publicidad radiofónica (*Boletín Radiofónico y TV*, 1961, pp. 84,85).

## Sin olvidar a Gutiérrez Vivó

Hoy se conocen distintos noticieros con firma en la radio, esto es gracias a la credibilidad y la preferencia que los oyentes tienen en éstos. Esta confianza es producto de la capacidad que tienen los conductores para tratar y analizar los acontecimientos que son noticia sin olvidar de emplear los recursos sonoros o las fuentes que tengan a su alcance y esto lo han ganado con el paso del tiempo en la radio informativa, después de experimentar distintos mecanismos para tratar la información. En los últimos años, a partir de la década de los 70 y los primeros ocho años del siglo XXI (1974-2008), se posicionó el noticiero *Monitor* liderado por José Gutiérrez Vivó.

De acuerdo con una entrevista que Luis Enrique Ramírez realizó a José Gutiérrez Vivó, publicada en 1990, se rescata que este último dio cuenta de devolver a la radio la labor informativa en 1974, la cual se había perdido dos décadas antes (Ramírez, 1990, p. 49).

Gutiérrez Vivó cursó sus estudios profesionales en Ciencias de la comunicación en Inglaterra, también trabajó en el servicio latinoamericano de noticias de la BBC de Londres. Tras su regreso a México en 1972, se integró a Radio VIP, una emisora en inglés que funcionaba en conexión con la CBS de Estados Unidos mediante microondas y que medio año después adquiriría el grupo Radio Cadena Nacional (RCN), que posteriormente pasaría a RPM. Y que otorgó el nombre Radio Red a su estación piloto (Medina y Vargas, 2011, p. 433).

Se empezó a trabajar [afirma Vivó] un proyecto que tenía la empresa: un noticiero de larga duración. En aquella época los noticieros eran de 10 a 15 minutos, leídos, rápidos. La empresa pensaba que era tiempo de hacer un noticiero con las mecánicas que se utilizaban en Estados Unidos, en España e incluso en países de Latinoamérica muy avanzados en radio, como fue Cuba y como es todavía Colombia. Comenzamos, así, a generar conceptos.

Al noticiero se le dio el nombre de *Monitor* –etimológicamente, “el que informa”-, partimos de cero para luego contratar gente y adquirir equipo; al paso del tiempo pudimos lanzar el primer *Monitor* en las mañanas, de una hora; después se amplió a hora y media, a dos horas, luego al mediodía, luego en la noche, hasta llegar a las 7 horas y media que actualmente conocemos de Monitor en sus tres horarios (Ramírez, 1990, p. 50)

En un lapso de dos años, de 1974 a 1976, José Gutiérrez Vivó desempeñó tres cargos; gerente de operaciones, gerente de ingeniería y director de información. Después, en 1977 Mario Iván Martínez, conductor de *Monitor* se enfermó y fue la ocasión en que Gutiérrez Vivó regresó al noticiero, inclusive desde la conducción (Ramírez, 1990, p. 50).

La incursión de la radio informativa en esta época coincidió con la radio tocadiscos que aumentó después de la llegada de la televisión. Al respecto hay testimonio de Gutiérrez Vivó que se rescata a continuación:

Quando la televisión surgió en México, la radio se deprimió, mucha gente de la radio se fue a la TV en todas sus capacidades: técnicos, locutores, funcionarios. La radio pasó por muchos años, a ser lo que popularmente se conocía como una *rokola*: comercial-disco-comercial-disco (Ramírez, 1990, p. 50).

Radio Red mantuvo el lugar número uno en niveles de audiencia en la década que comprende de 1980 a 1990. La diferencia entre *Monitor* y los otros programas de noticias en la radio era grande. Según José Gutiérrez Vivó, el aumento de los espacios noticiosos se debía a una negociación exitosa gracias a sus niveles de audiencia y la confianza de los patrocinadores (Ramírez, 1990, pp. 51,52):

— ¿Resulta negocio difundir noticias tanto como difundir música?

—Se ha demostrado que sí. En Estados Unidos, por ejemplo, uno de los grupos más florecientes en materia económica es CNN [fundada en 1985, primero para radio] una empresa televisiva que ha crecido en los últimos años de manera

impresionante con noticias hasta llegara a hacer lo que nadie ha hecho: una cadena mundial de noticias. Estamos en una época que ya auguraban los futurólogos: la época de la información, y eso que usted oye y que yo hago en las mañanas son los pininos de lo que será el ser humano del futuro, que sin información no existe, está muerto—

— ¿Información a través de la radio?

— Sí, claro, por supuesto que a través de la radio, porque mire: los medios impresos son muy importantes y siempre tendrán razón de existir (...) [sin embargo] en una emisora de radio, puede lograr mucho más audiencia en la mañana que todos [los medios impresos] juntos (Ramírez, 1990, pp. 51,52).

En 1978 Gutiérrez Vivó encabezó la transmisión matutina de *Monitor* en la conducción del espacio noticioso, para entonces el programa gozaba de una numerosa audiencia debido a su credibilidad y el conductor se convirtió en uno de los líderes de opinión más importantes en México por más de treinta años (Medina y Vargas, 2011).

A partir de 1996, la producción del noticiero corrió a cargo de la empresa Infored, creación de Grupo Radio Centro debido a que las estaciones “XERED AM en el 1110 kHz, XHRED FM en el 88.1 y XHRCA FM 91.3 MHz en la Ciudad de México; XEDKR AM 700 kHz en Guadalajara y XESTN AM 1540 kHz en Monterrey”, fueron vendidas por la familia Serna, los dueños de Radio Red.

Dos años después, en 1998, la familia Aguirre, dueña de Radio Centro, incorporó a Gutiérrez Vivó mediante un contrato que tendría vigencia de 16 años, hasta el año 2014 para que éste fuera el titular de los noticiarios *Monitor* bajo la producción de Infored para las frecuencias de Radio Red. Grupo Radio Centro pagaría la producción de las tres emisiones del programa informativo además de la nómina e sus trabajadores y traspasaría a Vivó dos estaciones: XEJP AM 1320 kHz y XEFAJ AM 1560 kHz. El traspaso se confirmó en el 2000 cuando Radio Centro traspasó las acciones de dichas concesiones a Infored (Medina y Vargas, 2011, p. 560).

Posteriormente, en 2002 José Gutiérrez Vivó demandó a Grupo Radio Centro por incumplimiento de contrato y supuestamente el uso no autorizado de marcas registradas. Al siguiente año, Gutiérrez Vivó a través de la empresa Infored compró *El Heraldo de México*, empresa editora de los periódicos del mismo nombre y *El Heraldo de Puebla*. Y ahora le llamó Diario *Monitor*. El 29 febrero de 2004 se dio a conocer el término de la demanda interpuesta anteriormente, el fallo a favor de la empresa Infored y José Gutiérrez Vivó por parte de la Corte Internacional de Comercio de Naciones Unidas. Grupo Radio Centro tendría que pagar entonces 21 millones de dólares más los intereses derivados del incumplimiento de contrato y los gastos de la ejecución (Medina y Vargas, 2011, p. 561).

En marzo de 2004, Grupo Radio Centro rompió relaciones laborales con Infored y el veterano periodista Jacobo Zabludovsky pasó a ser el encargado de conducir la nueva edición de la emisión de *Monitor*. En tanto, Gutiérrez Vivó dio inicio a una alianza entre Infored y MVS Comunicaciones mediante la renta de espacio para transmitir el noticiero *Monitor* a través de la emisora 102.5 FM (XHMVS FM) en la capital del país.

Ante las nuevas circunstancias después de las elecciones presidenciales de julio de 2006, y las dificultades de Grupo *Monitor* por cubrir los gastos de pago por concepto de renta a MVS por uso de sus espacios, y como consecuencia de las negativas de pago de Radio Centro, en noviembre de ese mismo año *Monitor* dejó de transmitir por MVS 102.5 y el espacio fue ocupado por un formato musical gruperero llamado: “La Mejor FM”.

Ante las adversidades y el desmoronamiento del Grupo *Monitor*, el 30 de marzo del 2007 se anunció la venta de *El Heraldo de Puebla* y el 29 junio de ese mismo año, concluyeron las transmisiones de *Monitor* debido a una huelga que se presentó por la falta de pago de los sueldos de sus trabajadores.

Fue así, que, después de 33 años al aire, José Gutiérrez Vivó anunció el fin de *Monitor*. El periodista y empresario explicó su salida de la radio:

Agradecemos que durante 33 años nos hayan acompañado en este trabajo, que por lo visto no es muy grato para algunos servidores públicos o sectores económicos inducidos por comentarios falsos... Lo lograron, lo lograron, nos despedimos para siempre estamos en un acto funerario, se murió *Monitor* (Martínez, 2007).

Durante su discurso, Gutiérrez Vivó expresó sus razones por las que dejó de transmitir. Además, subrayó que la familia Aguirre, dueña de Grupo Radio Centro, movió sus influencias económicas y también políticas para evitar el cumplimiento del fallo que emitió la Corte Internacional de Comercio, que consistía en el pago de más de 21 millones de dólares a *Monitor* debido al incumplimiento de contrato, toda vez que Grupo Radio Centro lo retiró de sus transmisiones en 2004. El periodista también señaló a la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión de ser desunida y estar del lado de un delincuente (Martínez, 2007).

Según información reciente de *El Financiero*, Gutiérrez Vivó está en Estados Unidos y su programa *Monitor* dejó de transmitir al aire en junio de 2007. El periodista declaró que debido a lo incómodo que resultaba ser su noticiario para el gobierno del entonces sexenio del expresidente Felipe Calderón y la familia Aguirre; propietaria de Grupo Radio Centro, su programa salió del aire. En este sentido, en agosto de 2018, el ahora presidente Andrés Manuel López Obrador mencionó que procuraría que el periodista pudiera regresar a la radio pública en su sexenio, sin embargo, a dos años de su mandato, Gutiérrez Vivó sigue alejado de la radiodifusión mexicana, (López, 2019).





## La radio del siglo XXI

La radio es un sistema complejo, multifacético, que va en distintas direcciones, todas ellas apoyadas en las tecnologías de la información y la Comunicación (TIC), en las posibilidades de las multiplataformas, en la simbiosis con el podcast, y en la hibridación de los medios sonoros y visuales con el internet como campo de juego (Fernández, 2018).

Los podcasts han evolucionado como un nuevo formato comunicativo a través de la web. Éstos tienen características propias, exclusivas, diferentes y más accesibles que los medios de comunicación convencionales que conocemos hoy en día. La radio se ha adaptado a estos formatos incluyéndolos en sus contenidos de programación al ponerlos en las plataformas digitales a disposición de los internautas (Blanco, López y Rodero, 2008).

Hoy en día los programas de radio noticiosa han incorporado en su ecología mediática los podcasts, un recurso que permite a su audiencia poder escuchar el programa del día o bien, programas anteriores que no les haya sido posible escuchar en tiempo real a través de la frecuencia en la cual, la emisora transmite sus contenidos en la barra programática. De tal manera que permite integrar este medio de comunicación a la tecnología mediática en un terreno virtual como es el internet, dando razón al proceso de transformación o *radiomorfización*.

Los podcasts se caracterizan por su relación con el internet, han llegado a formar parte de la revolución mediática en la que nos encontramos día a día. Es un formato de comunicación a través de la web y estos poseen características propias y más accesibles a los medios de comunicación convencionales. Su posicionamiento y su uso se han desarrollado en las nuevas tecnologías (Blanco, López y Rodero, 2008).

Los podcasts y el internet mantienen algo en común: los dispositivos móviles o teléfonos celulares conocidos como *smartphones*. Estos dispositivos electrónicos son mediadores entre los usuarios y los contenidos que hay en la web, en los que se distinguen los programas de la radio noticiosa.

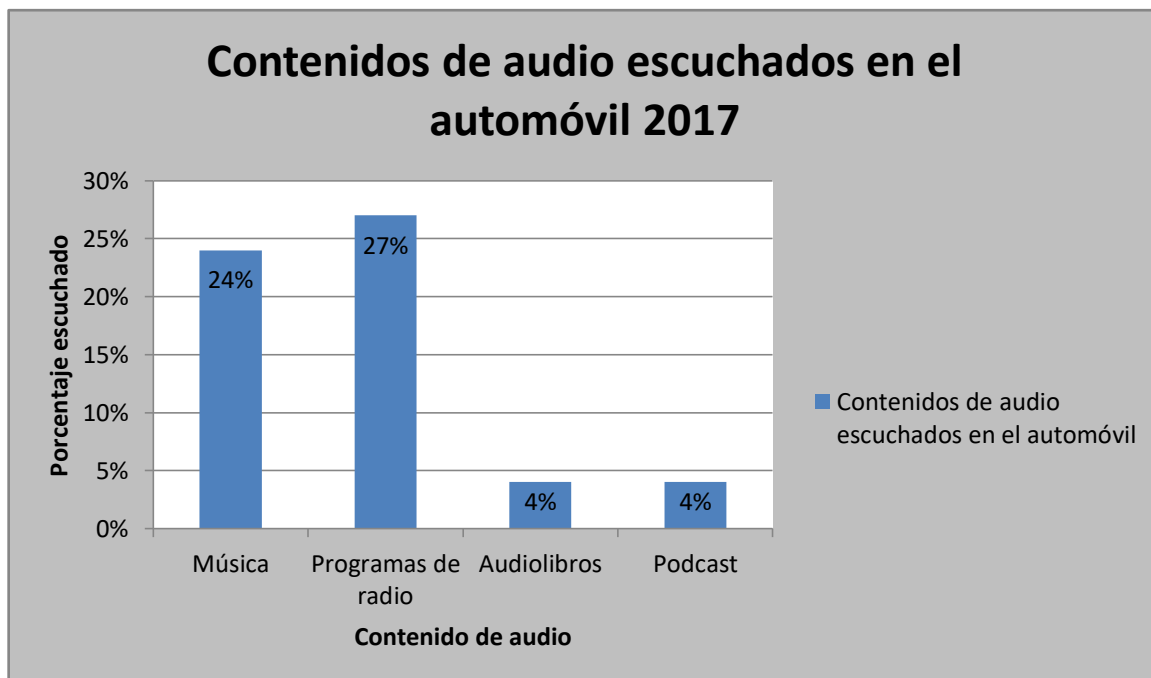
Respecto a los *smartphones*, la naturaleza de estas pantallas, que priorizan el contenido visual sobre el sonoro, determina hoy las estrategias de distribución y comercialización en el mercado del audio: operadores de radio, servicios de música en *streaming* y creadores de podcasts necesitan adecuar sus cadenas de valor a los hábitos derivados de esta mediatización, sobre todo en la audiencia más joven (Pedrero, Barrios y Medina, 2019).

Otros escenarios en los que se encuentra en la actualidad el fenómeno radiofónico son en el automóvil y el transporte público, pues son en estos transportes en donde las personas realizan sus traslados de un lugar a otro, de sus hogares hacia sus espacios de trabajo, escuelas o cualquier destino que éstas tengan.

La radio cautiva a los automovilistas no sólo por la música que en ella encuentran o los programas noticiosos en general, sino también por los reportes viales y de clima que se escuchan de manera recurrente a pesar de las distintas aplicaciones para el teléfono celular especializadas para estos fines con información en tiempo real como *Waze* o *Google Maps*, aún con la existencia de éstas, el mecanismo de transmisión de segmentos de tránsito vehicular continúa vigente (Medina et al., 2018, p. 255).

Virginia Medina rescata en *Homo Audiens III* (2018) el *Estudio de audio digital*, en el que se considera Audio Digital lo relacionado con los contenidos no exclusivos de la radio tradicional: música, audiolibros, podcast y programa de radio. Dicho estudio revela también que el contenido de audio que se escucha generalmente en el automóvil es: "música, 24%; programas de radio, 27%;

audiolibros y podcast, 4% cada uno" (Nielsen, 2017, citado por Medina 2018, p. 256).



Fuente: gráfica de elaboración propia con datos de *Estudio de audio digital* (Nielsen, 2017, citado por Medina, 2018).

Según datos publicados por el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), existen datos del *Consumo de radio en México*, un estudio realizado entre octubre de 2014 y enero de 2015 señala que en México el 94.9% de los hogares cuenta con al menos un aparato de radio; 7 de cada 10 mexicanos oyen radio por lo menos una vez al día; 55% oye noticias y 40% oye música (Medina et al., 2018).

Estas cifras muestran el alcance de la radio y permiten vislumbrar la cantidad de personas que se acercan, a través de sus estaciones y programas, a líderes de opinión diariamente por medio de las estaciones que los ponen al aire.

El contenido de la radio en la Zona Metropolitana del Valle de México se puede escuchar mediante su programación en un modelo de radiodifusión al que llamamos cuadrante radiofónico, es decir, la lista de estaciones que son captadas

por los aparatos de radio. En él, se distinguen distintas estaciones de la radio hablada y la radio musical. Este diverso panorama no sólo ofrece información noticiosa, también de entretenimiento, de consultorio, espectáculos, entre otros. En este sentido, el cuadrante da espacio a diferentes voces de distintas personalidades como los tres conductores que son objeto de estudio para esta investigación, los cuales llegan a la audiencia —que, a su vez, ésta tiene la libertad de elegir a quién o a quienes escuchar—, a través de la parrilla programática de las emisoras de los múltiples grupos radiofónicos en esta demarcación, como se muestra en el sitio web de la Asociación de Radio del Valle de México A.C. (ARVM).

## Grupos radiofónicos y emisoras del Cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México

Según datos publicados por la ARVM, esta asociación integra y representa a 16 grupos radiofónicos que operan 46 emisoras concesionadas: 23 en AM y 23 en FM (ARVM, s.f.), y son los siguientes:

### 1. ABC Radio



Fuente: arvm.mx

ABC Radio ofrece barras especializadas en contenidos diversos con el profesionalismo de un equipo de conductores, comentaristas y periodistas de alcance y reconocimiento nacional, respaldado por la Organización Editorial Mexicana (OEM) y diarios como *La Prensa*, *El ESTO* y *El Sol de México*.

Su estación es la 760 AM (XEABC-AM), en su programación se encuentran espacios para jóvenes, amas de casa, mujeres que trabajan, noctámbulos, profesionistas y adultos mayores. Su ubicación: Basilio Badillo Núm. 29, Colonia Tabacalera, Alcaldía Cuauhtémoc, 06030, Ciudad de México (ARVM, s.f.).

### 2. Grupo Acustik

El grupo Acustik es una empresa 100 por ciento mexicana dedicada a las telecomunicaciones, específicamente en radio, televisión y en el espectro digital. Su frecuencia es la 1150 AM (XEJP-AM). Transmite información noticiosa y de entretenimiento. Su ubicación: Tlacotalpan 38, Roma Sur, Alcaldía Cuauhtémoc, 06760 Ciudad de México, México (ARVM, s.f.).



Fuente: arvm.mx

### 3. Aire Libre



Fuente: arvm.mx

Esta estación ofrece a su audiencia una curaduría musical de quien suena hoy alrededor del mundo. Su programación y concepto abre puertas a músicos y artistas emergentes. Su estación es 105.3 FM (XHINFO-FM), busca acercar a la audiencia digital a un nuevo modelo de radio en México abriendo el espacio al acto musical en vivo desde sus cabinas como en presentaciones de bandas y Dj's en conciertos. Su ubicación: Av. De la República Núm. 157, Col. Tabacalera. Alcaldía Cuauhtémoc, 06030, Ciudad de México, México (ARVM, s.f.).

### 4. Cadena Rasa

Cadena Rasa tiene como objetivo llevar a cada hogar de México la información sobre acontecimientos nacionales e internacionales más trascendentes y una programación musical variada para su audiencia.



Fuente: arvm.mx



Fuente: arvm.mx

Transmite éxitos de música internacional de todos los tiempos, además de programas hablados dedicados a la salud, la religión, la investigación y el análisis. Su barra programática se transmite a través de la frecuencia 620 de AM (XENK-AM). Su ubicación: Durango Núm 341, Primer Piso, Colonia Roma, Alcaldía Cuauhtémoc, 06700, Ciudad de México (ARVM, s.f.).

### 5. Capital Radio

Capital Radio presenta un modelo de gestión encaminado a revitalizar los formatos radiofónicos, innovación tecnológica y la producción y presencia de sus contenidos en el conjunto de sus plataformas digitales. El concepto



Fuente: arvm.mx

inició en 2002 y es la emisora principal de Capital Media. Transmite noticias, deportes, entretenimiento y música en inglés. El grupo opera empresas de comunicación en otras plataformas de comunicación. Su programación se transmite en la frecuencia 830 AM (XEITE-AM). Su ubicación: Montes Urales Núm. 425, Piso 1, Colonia Lomas de Chapultepec, Alcaldía Miguel Hidalgo, 11000 Ciudad de México, México (ARVM, s.f.).

## 6. Grupo Acir



Fuente: arvm.mx

Grupo Acir difunde contenidos musicales e informativos, durante más de 50 años emprende una renovación que busca conectar de mejor manera con su audiencia. Su ubicación: Montes Pirineos Núm. 770, Colonia Lomas de Chapultepec, Alcaldía Miguel Hidalgo, 11500 Ciudad de México, México (ARVM, s.f.).

Este grupo posee seis estaciones:

- Radio Felicidad 1180 AM (XEFE-AM)

Transmite música del recuerdo en español, según Grupo Acir, dirigida a una audiencia que aprecia los valores familiares. Entre sus contenidos se hallan temas de familia y pareja, salud, deportes y desarrollo personal (ACIR, s.f.)



Fuente: arvm.mx

- La Comadre 1260 AM (XEL-AM)



Fuente: arvm.mx

Su contenido se basa en la música regional mexicana enfocada a una audiencia familiar alegre y lista para celebrar los mejores momentos de la vida (ACIR, s.f.).



- Siempre 88.9 FM (XHM-FM)

Transmite noticias de México y el mundo analizadas a través de diferentes puntos de opinión en voz de sus conductores, Los fines de semana presenta una barra musical de Rock Pop en español (ACIR, s.f.).



Fuente: arvm.mx

- Amor 95.3 (XHSH-FM)



Fuente: arvm.mx

Estación enfocada en transmitir música romántica, de acuerdo con Grupo Acir, transmite valores de amor, amistad, familia y salud para una audiencia que está conformada por una amplia base de mujeres activas dentro y fuera del hogar (ACIR, s.f.).

- Match 99.3 FM (XHPOP-FM)

Esta estación ofrece en su programación una barra de contenido musical y de entretenimiento, transmite éxitos de música pop en español e inglés (ACIR, s.f.).



Fuente: arvm.mx

- Mix 106.5 FM (HXDFM-FM)



Fuente: arvm.mx

Su programación es música en inglés de diversas décadas. Según Grupo Acir, su audiencia destaca en ambientes corporativos, deportivos y de la vida social (ACIR, s.f.).

## 7. Grupo Fórmula

Grupo Fórmula es una organización encargada de la transmisión de radio a nivel nacional, brinda a todo su auditorio una gran cobertura y diversidad de contenidos informativos. El concepto de este grupo inició operaciones en



Fuente: arvm.mx

1969 y su logotipo actual fue diseñado por Takiro Mizuyama y evoca una flor de loto que simboliza la expansión de las ondas hertzianas. En sus contenidos, los locutores hacen uso de la frase “abriendo la conversación”, la cual se ha posicionado como un sello de Grupo Fórmula. Su ubicación: Privada de Horacio Núm. 10, Colonia Chapultepec Morales, Alcaldía Miguel Hidalgo, 11560 Ciudad de México, México (ARVM, s.f).

Grupo Fórmula tiene cinco estaciones, cuatro de ellas se transmiten en dos cadenas respectivamente:

- Cadena Nacional 970 AM – 103.3 FM (XERFR-AM / XERFR-FM)

Su contenido es radio hablada con conductores que abordan temas noticiosos, salud y belleza e información financiera (Grupo Fórmula, s.f).



- Cadena RadioUno 1500 AM – 104.1 FM (XEDF-AM – XEDF-FM)



Esta cadena transmite su programación hablada con contenidos diversificados y conductores especializados. En su barra programática se encuentran contenidos de medicina naturista, noticiosos, espectáculos y deportes (ARVM, s.f).

- Metrópoli 1470 AM (XEAI-AM)

La estación posee una programación hablada con un enfoque hacia los temas de interés de los habitantes del Valle de México. Sus contenidos abordan temas de interés para la mujer, entretenimiento, espectáculos, farándula e historias de investigación y suspenso. (ARVM, s.f).



## 8. Grupo Radio Centro



Fuente: arvm.mx

Grupo Radio Centro es una empresa radiodifusora en la Ciudad de México. Sus principales actividades son la producción y transmisión de programas musicales y de entretenimiento, programas de información y análisis, de noticias y eventos especiales. El concepto de este grupo radiofónico fue creado en 1946 y a lo largo de los años ha operado estaciones en las principales ciudades de México y Estados Unidos. Sus instalaciones se ubican en: Constituyentes Núm. 1154, Colonia Lomas Altas, Alcaldía Miguel Hidalgo, 11950 Ciudad de México, México (ARVM, s.f).

Grupo Radio Centro opera seis estaciones en la Ciudad de México: cinco de ellas en la banda de frecuencia modulada (FM) y dos en Amplitud Modulada (AM) (Radio Centro, f.f).

- La Octava 88.1 FM (XHRED-FM)

La Octava es una emisora que en sus contenidos ofrece a la audiencia noticias, deportes y las opiniones de analistas especializados (ARVM, s.f).



Fuente: arvm.mx

- Alfa 91.3 FM (XHFAJ-FM)



Fuente: arvm.mx

Esta estación es un formato musical que procura en su barra programática la música en inglés más reciente a nivel internacional (ARVM, s.f).

- Joya 93.7 FM (XEJP-FM)

La frecuencia de Joya mantiene un concepto de programación con energía positiva para su audiencia. Ofrece música balada pop en español, promociones, poemas, reflexiones y narración de libros (ARVM, s.f).



Fuente: arvm.mx

- La Z 107.3 FM (XEQR-FM)

Mantiene un formato musical, en su barra programática transmite música popular mexicana: corridos, de banda sinaloense, norteña, etc. Además, contenidos de entretenimiento para su audiencia (Radio Centro, s.f).



Fuente: arvm.mx

- Radio Centro y El Fonógrafo 690 AM (XEN-AM)



Fuente: arvm.mx

Esta estación con sede también en la Ciudad de México emite una radio hablada y musical, con música ligada al recuerdo. Su selección de éxitos románticos de los años 40 a los 80. En su barra también se escuchan llamadas del público, reportes sobre percances ocurridos en la Ciudad de México, adquiere un ambiente de tertulia (ARVM, s.f).

## 9. Grupo Radio S.A.



Fuente: arvm.mx

Este grupo congrega más de cien estaciones de radio en México. Se fundó en 1960 con el nombre de Grupo Radio Comunicación S.A. con una emisora en Morelia. Más tarde se unieron siete estaciones al consorcio convirtiéndose en Cadena Radio S.A. La ubicación de sus instalaciones: Rodolfo Emerson Núm. 412, Col. Polanco, Miguel Hidalgo 11580, Ciudad de México (ARVM, s.f).

Radio S.A. posee una estación en el cuadrante radiofónico de la Zona Metropolitana del Valle de México:

- Radio Trece 1290 AM (XEDA-AM)

Su programación ofrece información y entretenimiento. Abarca desde el análisis político, financiero, editoriales, abordados por especialistas. Esta estación cuenta con reporteros para su cobertura (ARVM, s.f).



Fuente: arvm.mx

## 10. Grupo Siete



Fuente: arvm.mx

El concepto de Grupo Siete es una organización empresarial en el ámbito de la comunicación y el marketing. Fue creado en 1977 y su participación tiene presencia en radio y redes públicas de comunicación, promociones y mercadotecnia digital. Sus instalaciones se encuentran en: Montecito Núm 59, Colonia Nápoles, Alcaldía Benito Juárez, 03810 Ciudad de México (ARVM, s.f).

Grupo Siete cuenta con dos estaciones en el cuadrante radiofónico de la Zona Metropolitana del Valle de México:

- Ondas de Vida 1440 AM (XEEST-AM)

Transmite programación pensada en formar jóvenes maduros, respetuosos, responsables, generosos y humanitarios (ARVM, s.f).



Fuente: arvm.mx

- Radio Disney 92.1 FM (XHFO-FM)



Fuente: arvm.mx

Radio musical con contenidos de entretenimiento y un repertorio de música pop en inglés y español las 24 horas del día (ARVM, s.f).

## 11. Heraldo Radio

Heraldo Media Group, la evolución de esta casa editorial en una multiplataforma que integra a un diario impreso, digital, televisión y radio. Sus instalaciones se ubican en: Insurgentes Sur Núm. 1271 (Torre Carracci) Colonia Extremadura Insurgentes, Alcaldía Benito Juárez, 03740, Ciudad de México, México (ARVM, s.f).



Fuente: arvm.mx

Heraldo Radio se transmite a través de una estación en la banda de frecuencia modulada en el cuadrante radiofónico de la Zona Metropolitana del Valle de México:

- Heraldo Radio 98.5 FM (XHDL-FM)



Fuente: arvm.mx

Transmite contenidos de cultura, salud mental, calidad de vida, temas laborales en México de interés para los trabajadores y el acontecer noticioso nacional e internacional. En su barra sabatina y dominical se encuentra programación de gastronomía (Heraldo Radio, s.f).

## 12. Imagen Radio

Produce servicios informativos sobre hechos relevantes en la sociedad mexicana y en el mundo. El concepto actual del grupo inicia en 2003, cuando



Fuente: arvm.mx

Grupo Ángeles reestructura el enfoque comercial de las emisoras. El grupo opera empresas de comunicación en medios impresos (*Excélsior*) y electrónicos (Imagen Televisión e Imagen Radio, entre otros). Su ubicación: Avenida Universidad Núm. 2014, Colonia Copilco Universidad, Alcaldía Coyoacán, 04360, Ciudad de México, México (ARVM, s.f).

Imagen Radio tiene una estación de radio en la banda de frecuencia modulada en el cuadrante de la ZMVM:



Fuente:  
imagenradio.com.mx

- Radio Imagen 90.5 FM (XEDA-FM)

Su concepto es “Poniendo a México en la misma sintonía” y lo realiza a través de una barra programática que abarca una diversidad de temas de actualidad. En su parrilla de programación se escuchan los contenidos de salud, cultura, historia, cine, noticias, economía, negocios, finanzas, automóviles (Imagen Radio, s.f).

### 13. MVS Radio

MVS Radio es un grupo que cubre la geografía de la República Mexicana, sur de Estados Unidos, Guatemala, Honduras, El Salvador, entre otros países. Desde su inicio con la estación Stereorey en 1967, MVS Radio se ha dedicado a la comunicación en México (MVS Radio, s.f).



Fuente: arvm.mx

Su ubicación: Mariano Escobedo Núm. 532, Colonia Anzures, Alcaldía Miguel Hidalgo, 11590, Ciudad de México. México (ARVM, s.f).

Actualmente, MVS Radio mantiene dos estaciones de radio que transmiten en la banda de frecuencia modulada:

- MVS Noticias 102.5 FM (XHMVS-FM)



Fuente: arvm.mx

Es una estación de radio hablado y noticiosa propiedad de MVS Comunicaciones. Dentro de su programación se escuchan contenidos informativos del acontecer en la Ciudad de México y área Metropolitana, clima, reportes viales, espectáculos, cultura, análisis de revista con comentarios de sucesos que vive la sociedad en México, información sobre automovilismo tanto del sector industrial como el deportivo, oferta automotriz, noticiarios con punto de vista informal con un toque de humor y sentido crítico y temas de política y negocios (MVS Radio, s.f).

En su parrilla sabatina, entre los contenidos que ofrece se escucha un programa realizado por los alumnos del Centro de Capacitación MVS llamado *Ideas Frescas*, en éste, se comentan los temas de interés en nuestra vida cotidiana. Este mismo espacio es para buscar voces que con su capacidad, talento y creatividad mejoren el panorama de la industria radial mexicana (MVS Radio, s.f).

- Exa 104.9 FM (XHEXA-FM)

Es una cadena de radio para audiencia joven con más de setenta estaciones en nueve países. Exa FM es radio musical, transmite éxitos de la música pop en inglés y en español. En su barra programática se escuchan



Fuente: arvm.mx

contenidos de entretenimiento, sexualidad, desarrollo humano, moda, tecnología, humor, ayuda de profesionales para enfrentar las situaciones del día a día, videojuegos, deportes, *influencers* y *youtubers* populares en internet y publicaciones que se hacen virales en las redes sociales (MVS Radio, s.f).



De acuerdo con una publicación del 15 de mayo de 2020 de *El Financiero*, MVS acordó con Grupo Radio Centro la adquisición de 97.7 FM, misma que MVS le dio un formato de música grupera.

Si bien la operación se encuentra sujeta a la autorización del Instituto Federal de Telecomunicaciones, la estación 97.7 FM formaría parte de la cadena nacional “La Mejor” de MVS Radio a partir del 1 de junio, de acuerdo con MVS. Con esta transacción, MVS Radio contaría con tres estaciones de FM en la Ciudad de México: “102.5 Noticias MVS”, “104.9 EXA” y “97.7 La Mejor” (Vera, 2020).

- La mejor 97.7 FM (XERC-FM)



Fuente: arvm.mx

Es el formato musical de MVS Radio, forma parte de la cadena de radio de música grupera en Latinoamérica. Transmite éxitos de los principales ritmos populares como: banda, norteño, duranguense, balada grupera, entre otros (MVS Radio, s.f).

#### 14. NRM Comunicaciones

Dirige siete multicanales de comunicación con una oferta diversificada al servicio de la información y el entretenimiento. El grupo genera contenidos segmentados diferenciados en los medios de comunicación, van desde el entretenimiento hasta informativos.



Fuente: arvm.mx

NRM Comunicaciones, fundada en 1942, suma ya más de siete décadas con presencia en la industria radial. Sus instalaciones se ubican en: Prolongación Paseo de la Reforma Núm. 115, Colonia Paseo de las Lomas Santa Fe, Alcaldía Cuajimalpa, 01330 Ciudad de México, México (ARVM, s.f).

Según la ARVM, NRM Comunicaciones cuenta con seis estaciones, tres en la banda de amplitud modulada y tres más en frecuencia modulada:



Fuente: arvm.mx

- Oye 89.7 FM (XEOYE-FM)

Transmite música pop en español e inglés. A través de sus programas, se escuchan contenidos de entretenimiento, complacencias musicales con su audiencia, horóscopos, concursos, viajes, música y moda. Además, en sus transmisiones se puede escuchar eventos como conciertos, entrevistas y convivencias con cantantes, grupos o bandas musicales (ARVM, s.f).

- Stereo Cien 100.1 FM (XHMM-FM)

En su parrilla de programación transmite música contemporánea en inglés, noticias, información, comentarios sobre el acontecer noticioso, temas sobre el cuidado del medio ambiente, automovilismo y programas especiales dedicados a los intérpretes renombrados (ARVM, s.f).



Fuente: arvm.mx

- Beat 100.9 FM (XHSON-FM)



Fuente: arvm.mx

Es una estación de radio musical única en su género, dedicada a la escena electrónica. Ofrece música dance, house, progressive house, electro house, psycho, techno, y trance en manos de los mejores Dj's de distintos países. Transmite contenido con información exclusiva de estos géneros musicales en todo el mundo (ARVM, s.f).

- Sabrosita 590 AM (XEPH-AM)

Estación de radio musical con una parrilla programática transmite noticias, información y comentarios sobre los éxitos de música tropical como la salsa, cumbia, merengue



Fuente: arvm.mx

y música cubana. Esta emisora también procura en sus contenidos conciertos, eventos, entrevistas y convivencias con intérpretes exponentes de estos géneros musicales (ARVM, s.f).

- Yo Soy Radio Mil (XEOY-AM)



Fuente: arvm.mx

Es una emisora que transmite en la frecuencia 1000 AM. Ofrece éxitos de música de los años 80, 90 y 2000 en español. (ARVM, s.f).

- Bandolera 1410 AM (XEBS-AM)

Estación de música grupera, norteña, banda y ranchero. Con toda la referencia de noticias del movimiento grupero (ARVM, s.f).



Fuente: arvm.mx

En su programación se escuchan contenidos con recomendaciones de lugares a dónde ir, entretenimiento, complacencias con la audiencia a través de mensajes por WhatsApp. Es una emisora con concepto de compañía para su audiencia (NRM, s.f).

## 15. Grupo Radorama



Fuente: arvm.mx

Este grupo tiene el propósito de fomentar la libertad de expresión, apoyándose en los avances tecnológicos y la creatividad humana. Trabaja en el contenido y el servicio de sus estaciones para construir vínculos de comunicación para el desarrollo social. La ubicación de sus instalaciones: Paseo de la Reforma Núm. 56, Colonia Juárez, Alcaldía Cuauhtémoc, 06600 Ciudad de México, México (ARVM, s.f).

Grupo Radorama tiene una estación que opera en la banda de amplitud modulada en el cuadrante radiofónico de la ZMVM:

- Romántica 13.80 AM (XECO-AM)

Estación que transmite música de balada romántica en español. En su parrilla de programación ofrece noticias y programas de contenido de interés general y especializado en salud, política y apoyo psicológico (ARVM, s.f).



## 16. Radiópolis



Fuente: arvm.mx

Este grupo transmite a través sus estaciones de radio, distintos formatos de programas orientados a diversos segmentos de la audiencia. Sus instalaciones se ubican en: Calzada de Tlalpan Núm. 3000, Colonia Espartaco, Alcaldía Coyoacán, 04870 Ciudad de México, México (ARVM, s.f).

Este grupo congrega seis estaciones dentro del mismo cuadrante radiofónico antes mencionado, dos de éstas en cadena, según información publicada por la ARVM.

- W Radio 900 AM – 96.9 FM (XEW-AM / XEW-FM)

Estas dos estaciones en cadena son un referente en noticias, entretenimiento, cultura espectáculos y deporte. En ellas, se escuchan noticiarios, barras musicales, espacios que abordan con inspiración el estilo de vida, entrevistas con especialistas, programa de sátira con un estilo de informar con entretenimiento y programas deportivos con comentaristas experimentados (ARVM, s.f).



- Ke buena 940 AM (XEQ-AM)



Fuente: arvm.mx

Estación de música tropical, en la que se escucha un repertorio de estilos como salsa, cumbia y sonideros; complacencias con su audiencia, concursos, horóscopos y entretenimiento. En su parrilla existe un

programa dedicado a los radioescuchas que laboran por la noche y la madrugada con secciones que hacen de esta estación la compañía de sus oyentes (Ke Buena, s.f).

- Ke buena 92.9 FM (XEQ-FM)

Es una emisora musical enfocada en la transmisión de música regional mexicana en su género grupero y otros ritmos como el norteño, la balada grupera, banda sinaloense, duranguense y cumbias. En su programación de escuchan contenidos de entretenimiento, información del espectáculo, concursos, complacencias, reflexiones de vida y bromas telefónicas (Ke Buena, s.f).



Fuente: arvm.mx

- Los 40 101.7 FM (XEX-FM)



Fuente: arvm.mx

Es una cadena de radio de habla hispana que tiene presencia en otras ciudades de México y en distintos países. En su barra programática se escuchan éxitos de la música pop en inglés y español. Tiene espacios con contenidos de entretenimiento y

comparte programación con la estación W Radio, aunque en distinto horario, en el programa La Corneta, un informativo con tintes de entretenimiento y diversión (Los 40, s.f).

- W Deportes 730 AM (XEX-AM)

Estación de radio especializada en deportes. Su programación es totalmente deportiva las 24 horas del día. Su programación tiene la participación de comentaristas experimentados en las diferentes disciplinas profesionales.



Fuente: arvm.mx

Dentro de su programación se escuchan contenidos de fútbol en la Liga MX, entrevistas con los protagonistas del deporte. Comparte el espacio de *Pasión W*, programa que se transmite en distinto horario de su estación hermana W Radio (ARVM, s.f.).

Dentro del cuadrante también están las estaciones de concesiones para uso social como Radio Universidad 96.1 FM, Radio Educación 1060 AM y 96.5 FM y el Instituto Mexicano de la Radio (IMER): Opus 94 XHIMER 94.5 FM, con música clásica y de concierto; Reactor XHOF 105.7 FM, transmite música rock en inglés y español; Horizonte XHIMR 107.9 FM, que emite música jazz; Ciudadana 660 XEDTL 660 AM, con música del mundo; Radio 710 XEMP 710 AM, con piezas musicales el género norteño, grupero, banda y mariachi; La B Grande de México XEB 1220 AM, de música balada en español, bolero y Tropicalísima 13-50 XEQK 1350 AM que transmite música salsa, cumbia y merengue.

Radio Universidad ofrece en su parrilla de programación sólo cincuenta minutos de radio noticiosa que se distribuyen en dos cortes informativos de cinco minutos cada uno, el primero de 6:55 a 7:00 hora y el segundo de las 16:00 a las 16:05 horas de lunes a viernes (Radio UNAM, s.f.). En tanto, Radio Educación transmite los servicios informativos *Pulso*, un espacio que registra el acontecer nacional e internacional con tres emisiones diarias con duración de una hora aproximadamente cada una. De lunes a viernes: *Pulso de la mañana*, a las 8:00 horas; *Pulso de la tarde*, a las 14:30 horas y *Pulso de la noche* a las 20:00 horas. Los días sábados y domingos a las 14:30 horas se puede escuchar *Pulso sabatino* y *Pulso dominical*, respectivamente (Radio Educación, s.f.).

El IMER, a través de sus estaciones *La B grande de México* 1200 AM y *Horizonte* 107.9 FM, también suma contenidos informativos en su programación. *IMER Noticias* es su fragmento noticioso, el cual se puede escuchar de lunes a viernes en tres emisiones: *Primera Emisión* de 7:00 a 10:00 horas, *Segunda Emisión* de 14:00 a 15:00 horas y *Tercera Emisión* de 18:00 a 19:00 horas. También agrega cuatro cortes informativos con duración de tres minutos cada uno. Además, los sábados y domingos presenta *IMER Noticias Fin de Semana* de 8:00 a 9:00 de la mañana y cinco cortes informativos a durante cada día (*IMER Noticias*, s.f.).

## Los líderes de opinión del Valle de México

Para el enfoque específico de esta investigación, acudí a tres titulares de noticiarios radiofónicos: Ciro Gómez Leyva de *Por la mañana* en el 104.1 del Grupo Radio Fórmula; Carlos Loret de Mola de *Así las cosas con Loret* en el 96.9 del Grupo Radiópolis, y Francisco Alanís “Sopitas” en *Sopitas por Aire Libre* en 105.3 de Más Radio Telecomunicaciones, todos en la frecuencia modulada, con base en su experiencia, trayectoria profesional y los horarios de transmisión de los programas informativos en radio encabezados por cada uno de ellos, así como la audiencia que iba en aumento en el caso de Loret de Mola y *Sopitas* (ANEXO 8).

Es relevante recordar que Ciro Gómez Leyva ha tenido una constante participación y presencia en los medios de comunicación. Mantiene una trayectoria larga en radio, también en la prensa y en televisión. A sus 22 años asumió el cargo de jefe de información de la revista *Expansión* (Zepeda, 2018), hoy cuenta con más de 40 años ejerciendo el periodismo. Además de ser licenciado en Ciencias de la comunicación por la Universidad Iberoamericana, es maestro en sociología por la Universidad Nacional Autónoma de México. Entre su amplia trayectoria, fundó y dirigió CNI/Canal 40 y *Milenio televisión*, donde condujo noticiarios estelares. En los años ochenta fundó y dirigió el sistema de Radio y Televisión Mexiquense. En la prensa ha tenido presencia en los periódicos *El Universal*, *El Financiero* y *Reforma*. Actualmente, Gómez Leyva conduce el programa informativo de Grupo Fórmula, *Por la mañana* (*Expansión*, 2016).

Por su parte, Carlos Loret de Mola Álvarez es licenciado en Economía en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), su experiencia en los medios de comunicación inició desde que estudiaba la preparatoria como reportero en el noticiero radiofónico *Detrás de la Noticia* producido por Ricardo Rocha, tiempo después incursionó en televisión en el canal 4 de Televisa. Posteriormente fue titular del matutino *Primero Noticias* por un lapso de casi 12 años. Durante tres



años encabezó el programa matutino de noticias, entrevistas y análisis *Despierta con Loret* en la misma televisora (*El Heraldo de México*, 2019).

Desde 2008, escribe la columna *Historias de reportero* en el diario *El Universal*, fue titular de los espacios radiofónicos *Contraportada* en *Radio Fórmula* y *Sin Anestesia* en *Grupo Radio Centro*. En su paso por la televisión fue corresponsal en los tsunamis en Indonesia (2004) y Japón (2011) y ha participado en coberturas internacionales como la guerra en Afganistán (2001), la hambruna del Cuerno de África, el terremoto en Haití (2010). Actualmente, Carlos Loret es conductor de la segunda emisión informativa *Así las cosas* en *W Radio* (Loret, s.f).

Por otra parte, Francisco Alanís “Sopitas”, inició en la radio en los años de la década de los 90 cuando trabajaba en la en la estación *Radioactivo 98.5 FM*, Alanís contaba apenas con 17 años de edad, como él mismo lo ha declarado:

A los 17 años sólo pensaba en escuchar música y pasarla bien. Yo empecé yendo a Radioactivo como cualquier otro radioescucha, curioso de ver cómo se hacían los programas de radio. Fui un día y me gustó tanto que regresé al día siguiente, y luego al día de nueva cuenta, hasta que uno de esos días, Luis Antonio de la Llata (Krusty), gerente de Promoción en aquél entonces, me dijo que necesitaba a una persona que le ayudara a coordinar ciertas cosas. Me preguntó si me interesaba y, sin dudarlo, dije que sí. Ahí comenzó una etapa de aprendizaje, tanto en el tema de marketing y promoción, como en la parte de locución e interacción con la audiencia, que al día de hoy no ha terminado (Pineda, 2013).

Sin embargo, Francisco también tuvo participación en *Radio Ibero 90.0 FM*, sin olvidar la incursión en el periodismo deportivo en el diario *Record*. Su sitio web (sopitas.com) surgió en el año 2006, cuando acudiría a cubrir el mundial de fútbol en Alemania 2006, necesitaba compartir las fotos, los videos y cualquier material que así lo considerara debido a que aún no se contaba con las redes sociales que tenemos hoy en día para difundir la noticia día a día (Pineda, 2013).

Con respecto a su medio digital, Alanís se dio cuenta de algo sumamente importante que lo llevó a crecer de una forma tan enérgica; la manera de presentar la información al público. La personalidad, como él lo expresa, es lo que define a cada medio de comunicación, hacer sentir a la audiencia que no se está enterando a través de un medio, sino de un amigo (Pineda, 2013).

Actualmente, Francisco Alanís “Sopitas” se distingue en la frecuencia de *Aire Libre* 105.3 FM del grupo *Más Radio Telecomunicaciones*, estación radiofónica que entró formalmente al aire el 1 de noviembre de 2018. Su programa *Sopitas por Aire Libre*, fusiona la música con la información del momento (Lucas, 2018).

Por otro lado, las transmisiones de la frecuencia 105.3 FM en el Valle de México, están garantizadas al menos durante el primer año desde que iniciaron, así lo informó *El Economista*:

Más Radio (Telecomunicaciones) es el primer grupo radiofónico enteramente nuevo que entra a la radio FM de la Ciudad de México en más de 40 años y su caso deriva de que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) concedió a Eduardo Henkel la migración de su estación de AM, la 1560, hacia una de la frecuencia modulada en la 105.3, a cambio de que un año después iniciadas sus transmisiones de la emisora en FM, regrese al Estado la frecuencia original de amplitud modulada (Lucas, 2018).

De tal manera, en esta investigación se tomará en cuenta la experiencia de cada conductor en sus respectivos programas informativos. También el horario de transmisión de éste. Los tres se transmiten de lunes a viernes; *Por la mañana* de Ciro Gómez Leyva y *Sopitas por Aire Libre* de Francisco Alanís comparten la barra matutina de las 7:00 a las 10:00 horas, cada uno en su frecuencia 104.1 FM y 105.3 FM, respectivamente.

Aunque Gómez Leyva se encuentra consagrado en la radio informativa con más de 15 años de experiencia en los noticiarios, Francisco Alanís inició a muy temprana edad en la radio de la época de los 90. Posteriormente, se posicionó en otra alternativa mediática; la web, en la que registró dos millones y medio de visitas a dos años de su creación. Ahora, en 2020 ha regresado a los micrófonos con una nueva propuesta en la radio noticiosa (*Forbes México*, 2012).

Otro vértice que aporta relevancia en la radio informativa es Carlos Loret de Mola, por su experiencia como corresponsal de guerra y sus coberturas internacionales en televisión, un medio que en la década de los 50 llegó a formar parte de la revolución mediática en México, El horario de transmisión de su programa radiofónico *Así las cosas* a través de la frecuencia 96.9 de FM es distinto al de Gómez Leyva y *Sopitas*. Este se sintoniza en la barra de medio día, de las 13:00 a las 15:00 horas y señala un rango de alternancia con relación a los otros dos programas informativos.

## Francisco Alanís “Sopitas” en Sopitas por Aire Libre 105.3 FM

Francisco Alanís “Sopitas” es conductor del programa radiofónico *Sopitas por Aire Libre* que se transmite en la barra matutina de la frecuencia 105.3 fm con duración de 180 minutos que comprende de las 07:00 a las 10 horas de lunes a viernes. Él refiere que es una emisión informativa con tintes de revista. En sus transmisiones se incorporan temas noticiosos de interés periodístico, político, social y económico principalmente, aunque también cuenta con espacios de colaboradores que se encargan de presentar otra información como recomendaciones gastronómicas, de libros o temas de seguridad.

El programa tiene tres conductores: Francisco Alanís “Sopitas”, quien es el conductor principal. Su voz se escucha en todos los bloques de las transmisiones; Greta Padilla y Max Carranza, que comparten micrófonos en distintas ocasiones o entrevistas que se presentan al aire, es interesante el hecho de que las mujeres también han logrado ocupar un lugar en el fenómeno radiofónico.

Para esta investigación se monitoreó durante dos semanas el programa *Sopitas por Aire Libre*. La primera semana corresponde del día 3 al 7 de agosto de 2020 y la segunda, del día 24 al 28 del mismo mes en la misma anualidad. Esta emisión divide su programación de 180 minutos en seis bloques con duración variable, que van desde los 22 hasta los 33 minutos cada uno.

Éste no es sólo un programa informativo, en él se escucha también música. Lo que hace de esta transmisión una fusión entre la radio hablada y la radio musical; un concepto que, según el conductor Francisco Alanís, busca romper con la creencia de la segmentación de contenidos que por mucho tiempo se ha escuchado en la radio.

Aunque en el ambiente radiofónico es común denominar a los mensajes que se transmitían a través de este medio de comunicación como formatos, Mario

Kaplún en la década de los años 70 defendía al formato de los programas de radio como una estructura adecuada para ofrecer los contenidos. Tiempo después, en la década de los 90, señalaba la importancia de conocer los géneros o formatos radiofónicos y elegir el más funcional para el proyecto a desarrollar (Araya, s.f).

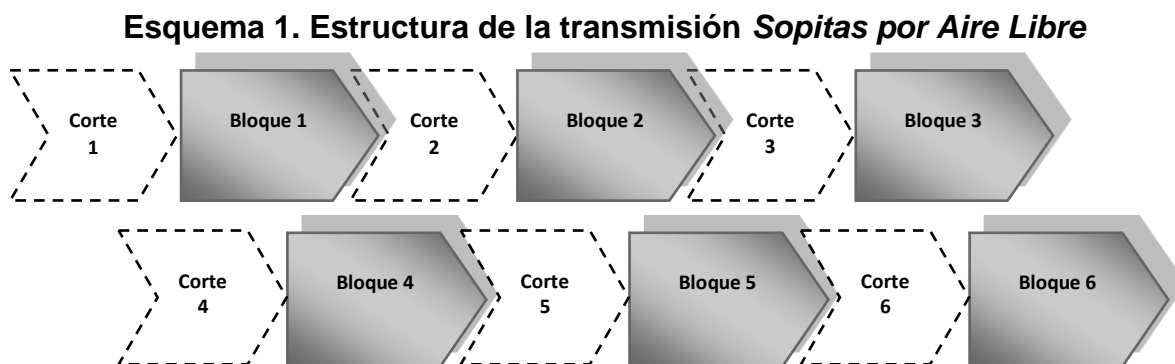
Aunado a esto, en el año 2000 José Ignacio López Vigil aportó una idea:

¿Qué sugieren estas dos palabras, género y formato? La primera tiene una raíz griega que significa generación, origen. Digamos que son las primeras distribuciones del material radiofónico, las características generales de un programa. La segunda viene del vocablo latino forma. Son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos. (...) Los géneros, entonces, son los modelos abstractos. Los formatos, los moldes concretos de realización. En realidad, casi todos los formatos podrían servir para casi todos los géneros (López, p. 126, 2000, citado por Araya, s.f).

Araya señala que Ricardo Haye comparte esta idea con López Vigil, al asegurar que los formatos son categorías menores dependientes de los géneros, que son características mayores. Haye afirma que los géneros son procedimientos de predicación y los formatos, estructuras de producción (Haye, p. 83-85 1995, citado por Araya, s.f).

Con base a las reflexiones anteriores, se propone definir a la emisión *Sopitas por Aire Libre*, de Francisco Alanís "Sopitas", como un programa de género informativo con formato de revista.

Esta transmisión se compone por seis bloques y seis cortes comerciales como se muestra en el *Esquema 1. Estructura de la transmisión Sopitas por Aire Libre*.



Fuente: elaboración propia

El primer bloque de la programación da inicio después de la primera pausa comercial que se puede escuchar en punto de las 7:00 horas, después de ésta se distingue la rúbrica del programa, los tres conductores dan la bienvenida a sus radioescuchas, presentan una trilogía musical del repertorio de algún cantante o banda específica que en su mayoría son piezas en inglés. También mencionan avances sobre las noticias de las que se va hablar y los invitados expertos en los temas que abordarán en el día.

Dentro de su primer bloque los conductores comentan la nota más relevante del día anterior; la cual, generalmente, es tendencia en las redes sociales como el asalto en una unidad de transporte público en el municipio de Naucalpan, Estado de México o la explosión o la explosión en Beirut, capital del Líbano. Los avances del programa que se presentan aquí suelen ir acompañados de los especialistas en cada uno de los temas. El tiempo de duración varía desde los 20 y hasta los 31 minutos.

En el bloque número uno, los lunes, se puede escuchar como introducción a la información, un resumen sobre los acontecimientos más relevantes de la

semana anterior, lo interesante de hacer este acercamiento es la forma en cómo se presenta: no hay voz de los conductores, sólo declaraciones de los personajes que protagonizaron la noticia, datos duros tras la pandemia por el Coronavirus en México o la declaración del presidente de México respecto a la filtración del video en el que se ve a su hermano recibiendo dinero de dudosa procedencia, sólo por mencionar algunos. Los sonidos del fin de semana como lo refiere Francisco Alanís al aire.

Los días 3, 24 y 25 de agosto del año en curso, el programa presentó un patrocinio por parte de una firma prestadora de servicios de internet y telefonía móvil en la sección de la trilogía musical, antes y después de las melodías escuchadas en un formato de “presenta” y “presentó”, respectivamente.

El segundo bloque mantiene duración variable, oscila desde los 24 y hasta los 37 minutos. Éste inicia después de la segunda pausa comercial que, a su vez, dura de dos a cuatro minutos y medio. En este espacio del programa los conductores comentan los encabezados de algunos diarios de circulación nacional como *El Universal*, *Excélsior*, *Reforma*, *La Jornada* y *Milenio*. Aunque en esta sección las notas siempre son mencionadas por Max Carranza, siempre las comenta Francisco Alanís. Además de comentar los titulares que abarcan temas de interés político, relacionados con las actividades frente a la pandemia de COVID-19, algunas noticias internacionales como la del 25 de agosto de 2020 en la que *La Jornada* publicó que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que en África se acabó la Polio, según una publicación del periódico estadounidense *The Guardian* o la del 27 de agosto del mismo año sobre las protestas en Wisconsin por el ataque al afroamericano Jacob Blake, que fue baleado por un policía blanco, los conductores también abordan alguna nota que no es relevante en los periódicos sobre cultura, entretenimiento o deportes.

El tercer bloque del programa inicia con un breve resumen de información con notas que no se abordan en el transcurso del programa y que además forman

parte del contenido del portal *sopitas.com*, los conductores que se escuchan en este apartado son Greta y Sopitas. Se tratan temas generales como inseguridad en transporte público, salud y pandemia por Covid-19, deportes o entretenimiento.

En este segmento se dedica espacio para la primer entrevista que se escucha al aire durante la transmisión, esta actividad se relaciona con los temas mencionados anteriormente, por ejemplo, los días 4, 5, 6 y 7 de agosto de 2020 se escucharon entrevistas con Eduardo Clark, director general de la Agencia Digital de Innovación Pública de la Ciudad de México, para hablar sobre las estadísticas de contagios por Covid-19; con la investigadora y activista Alexandra Zapata para conversar sobre la educación a distancia, la modalidad de la educación por medio de la televisión, el abandono de estudios por parte de 20 millones de estudiantes según la Unesco y la educación especial; con María Elena Morera presidenta de la asociación Causa en Común, para platicar referente a la inseguridad y la acción de justicia por propia mano y con el cronista deportivo Fernando Palomo para charlar sobre la Champions Ligue, en los días respectivos.

En tanto, los días 25, 26, 27 y 28 del mismo mes y misma anualidad, en este mismo bloque se presentaron entrevistas con Juan Martín Pérez García, director de la Red por los Derechos de la Infancia en México (Redim), para platicar sobre la violencia y desaparición que sufren los niños, en el marco del regreso a clases a distancia en nuestro país; con el señor Israel Rivas, padre de un niño con cáncer para hablar sobre el problema de distribución y desabasto de medicamentos para los niños en esta situación; con María Elena Morera de nuevo para conversar sobre algunas acciones de la administración del gobierno federal que podrían estar vulnerando el estado de derecho; con el cantante estadounidense Brendan Benson para dialogar en inglés sobre su trayectoria, conversación que, inmediatamente después, los conductores Greta y Sopitas comentaron en español, en los respectivos días.



En este bloque se identifica un resumen de la información que trascendió el fin de semana anterior, adicional al resumen con las notas del portal *sopitas.com* que se realiza con voz en off, éste se presenta con un estilo en el que no se escucha la voz de algún conductor relatando los hechos, sino los sonidos mismos de la noticia con un chispazo para separarlas unas de las otras.

El programa puso en marcha la reproducción al aire de cápsulas con mensajes de voz en las que se escucha a diferentes personas, hombres y mujeres, dar un mensaje sobre lo positivo que les ha dejado la cuarentena tras la pandemia por Covid-19 en la que nos encontramos actualmente. De esta manera se presenta que la emisora y el programa incluyen no sólo a voz de expertos en sus contenidos, sino también la de la sociedad en general.

El cuarto bloque de esta emisión radiofónica dedica el espacio a las entrevistas con diversos expertos, que abordan distintos temas como violencia y extorsión en los municipios de Celaya y los Apaseos en el estado de Guanajuato, esto en el contexto de la captura de “El Marro”. El 4 de agosto del año en curso, la charla se realizó vía telefónica con Kenia Velázquez, reportera del Laboratorio de Periodismo y Opinión Pública de esa misma entidad.

Al día siguiente los conductores platicaron en enlace telefónico con Viridiana Ríos, periodista y columnista de los periódicos extranjeros *The New York Times* y *El País*, con referencia a la salud pública y privada en México en años anteriores. El jueves 6 de agosto de 2020 en la misma temática, los conductores establecieron comunicación con el doctor e infectólogo Miguel Ángel Minero Hibert sobre la sintomatología característica en las personas que padecen de coronavirus o Covid-19 y otras enfermedades como la gripe y la influenza para su atención inmediata.

En la segunda semana de monitoreo de este programa, en este bloque se siguió el mismo patrón de tener un invitado para platicar sobre un tema específico.

El día 24 de agosto del mismo año se abordaron los temas de manifestaciones feministas y sus detenciones en León, Guanajuato, con el reportero Alonso Merino y al día siguiente se identificó que no hubo entrevista, sin embargo, la producción elaboró y reprodujo al aire una cápsula con duración de siete minutos aproximadamente en la que Aura López detalló las bases de los concursos exclusivos en México para contar historias con un rap de 30 segundos y usar palabras como: “éxito”, “México”, “música”, “fans”, “miedo” y “fuego”. Actividad que surgió en TikTok, una aplicación móvil en la que se elaboran videos cortos.

Los días 26 y 27 del mismo mes y año se trataron temas de los residuos orgánicos, no orgánicos que desechamos en las aguas negras de la Ciudad de México y a dónde van a parar. La charla se mantuvo con Nabani Vera de la organización Isla Urbana, dedicada a contribuir la sustentabilidad en México a través de la captación de lluvia y para hablar sobre el aumento de precio en la leche Liconsa y la disminución de 178 mil beneficiarios en los municipios más pobres y de alta marginación en México en la actual administración federal; se entrevistó al reportero Samuel Adam de Mexicanos contra la corrupción, en los días respectivos.

El viernes 28 de agosto en la misma anualidad se integró la sección de recomendación de libros con la escritora Elvira Liceaga, la sugerencia literaria fue la novela *Encuéntrame* de André Aciman. Un libro sobre la intimidad y las diferentes formas de amor, hace la invitación a la presentación del libro el día 3 de septiembre de 2020. En este mismo espacio, Sopitas dio la noticia de la muerte del actor y comediante mexicano Manuel “*El loco*” Valdés a sus 89 años de edad.

Por otra parte, en cuanto al quinto bloque de esta emisión radiofónica, también se abre espacio a las entrevistas. En la primera semana que se analizó el programa, es decir, los días 3, 4, 5, 6 y 7 del octavo mes del año 2020, los conductores platicaron con Isa Plancarte sobre las recomendaciones de establecimientos en la Ciudad de México para consumir comida asiática, respecto

a la sección de gastronomía; al día siguiente en ausencia de entrevista en vivo, se recurrió a una cápsula en la que Ana López explicó la nota del día anterior cuando el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, anunció que la red social TikTok es un peligro debido a su origen chino, porque a través de ésta se manifestaron en contra de la campaña de reelección del mandatario.

Con relación a la sección del medio ambiente, los conductores se enlazaron con Nabani Vera de la organización *Isla Urbana* para charlar sobre la importancia del humedal de Xochimilco en Ciudad de México, éste aloja hasta 400 especies y sin su existencia la temperatura sería dos grados mayor en la ciudad. Sin dejar de lado el tema de la pandemia por el Covid-19, se integró una plática con las reporteras del portal *sopitas.com*, Mafer Olvera y Paola Palazón, sobre la situación de los niños y su salud mental durante esta emergencia sanitaria. Por otra parte, para tratar asuntos de la campaña política de reelección, el discurso y estrategia en redes sociales del presidente Donald Trump, se abrió una conversación con el periodista del diario Reforma, licenciado en Derecho y maestro en Ciencia Política, Jesús Silva-Herzog Márquez, todo esto en los días respectivos.

En tanto, lo que corresponde a la segunda semana de monitoreo en este programa, también se dedicó tiempo a la recomendación gastronómica con Isa Plancarte para sugerir lugares en la Ciudad de México en donde poder comer sándwiches de pastrami. Se habló con Santiago Aguirre, director del Centro de Derechos Humanos Miguel Agustín Pro Juárez de la Ciudad de México para comentar el tema de ejecuciones extrajudiciales en el contexto donde acusan a militares en Tamaulipas de ejecutar a un civil. En cuanto a tema cultural, Sopitas entrevistó vía telefónica a la mexicana Alondra de la Parra, directora de orquesta con motivo del proyecto “La orquesta imposible”, en el que participó su connacional bailarina Elisa Carrillo mientras De la Parra estuvo a cargo de la dirección de esta pieza con el fin de monetizar el video en la plataforma de YouTube y obtener ingresos para apoyar a mujeres y niños durante la pandemia por Covid-19 en México.

Es importante rescatar que el día lunes 3 de agosto de 2020 se escuchó una reflexión sobre el tema de feminicidio en medio de la situación de protestas en distintas ciudades de nuestro país, el producto sonoro tuvo una duración de dos minutos. Y los días 25, 27 y 28 de agosto se reprodujeron al aire cápsulas con testimonios de lo positivo que la cuarentena le ha dejado a las personas.

En el último bloque del programa, los tres conductores se escucharon juntos nuevamente, se enfocaron a una conversación entre ellos encaminada a la despedida, comentaron las notas que se mencionaron a lo largo del programa o las más sobresalientes, en ocasiones se escuchó comentar notas de deportes o ligas deportivas como la NBA, los equipos, sus jugadas, los marcadores de los partidos recientes y la programación de próximos enfrentamientos.

El día 5 de agosto de 2020 se dio a conocer el ganador de “*El mundo desde tu ventana*”, concurso de ficciones y relatos breves en tiempos de Covid-19, en el que la emisora convocó a los radioescuchas a escribir un guion, grabarlo en audio y elaborar una cápsula con música y efectos de la propia creatividad de los participantes para enviarlo en un archivo de audio con formato mp3 al correo electrónico *desdetuventana@airelibre.fm*, el producto sonoro debía tener una duración aproximada de un minuto con cuarenta y cinco segundos. El objetivo de esta actividad, según la emisora, fue escuchar a los radioescuchas sobre la experiencia y su modo de vida frente a esta pandemia por el Covid-19. El concurso no fue exclusivo para nacionales mexicanos y sus historias podían ser de realidad o ficción.

Entre otros temas, en este bloque también se abrió espacio para comentar información de espectáculos, música y conciertos, como es el caso de la plática que Sopitas mantuvo con el músico, compositor, periodista y escritor Fernando Rivera Calderón sobre su próxima presentación.

El día 6 de agosto del mismo año Sopitas entrevistó de manera breve a Gabriela Perera oriunda de Cuba, ganadora del concurso *El mundo desde tu ventana*. Su cápsula titulada *Paseo con galaxia* se reprodujo al aire, además, la autora explicó su experiencia de participar en este proyecto, desde la convocatoria hasta la producción de su material.

El regreso a clases de los alumnos de educación básica en “la nueva normalidad” —como se le llamó a la forma paulatina y con medidas de sanidad para reanudar las actividades en el contexto de cuarentena debido a la pandemia por Covid-19 en México —, se realizó el lunes 24 de agosto de esta misma anualidad de una modalidad “a distancia”. Para hablar sobre las nuevas estrategias de aprendizaje y las vías de comunicación con los padres de familia, ese mismo día, Sopitas reprodujo la entrevista grabada que hizo la noche anterior a Sofía, profesora en una escuela secundaria pública de la Ciudad de México.

El miércoles 26 del mismo mes y periodo anual, Sopitas retomó una nota publicada dos días antes en el periódico *El País* por la periodista Zoraida Gallegos, en donde se menciona que el ejército mexicano desvió 156 millones de dólares a empresas fantasma entre los años 2013 y 2019. Sopitas platicó con la reportera sobre la investigación que realizó.

Para finalizar el bloque número seis y el programa, los tres conductores: Francisco Alanís “Sopitas”, Greta Padilla y Max Carranza, siempre despiden el programa juntos al aire comentando alguna nota que se mencionó en el día o alguna otra que no se le dio espacio considerable en la transmisión.

En la segunda semana de monitoreo de transmisiones de *Sopitas por Aire Libre* que corresponde a los días 24, 25, 26, 27 y 28 de agosto de 2020, se identificó que en el último bloque del programa, y después de que los conductores se despiden de su audiencia, se escuchó el resumen de información que se mencionó en el transcurso del programa del día respectivo, en éste se hizo uso de

los sonidos directos de las noticias, declaraciones o hechos noticiosos, sin voz de los conductores, sólo se ocupó un efecto de sonido como chispazo para separar la información. Seguido del resumen se cierra la transmisión con la rúbrica del programa.

## Tandas publicitarias

Las tandas publicitarias que forman parte de *Sopitas por Aire Libre* mantienen un horario y duración inestable. La única pausa comercial constante es la primera, con la que da inicio el programa en punto de las 07:00 horas de cada día de transmisión y ésta mantiene una duración de tres minutos, a excepción del día 28 de agosto. A continuación, en las *Tablas de monitoreo de Sopitas Por Aire Libre*, se muestra la duración por día de cada semana de análisis.

### Primera semana de monitoreo

Lunes 3 de agosto de 2020

| CORTE 1          | CORTE 2          | CORTE 3          | CORTE 4          | CORTE 5          | CORTE 6          |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Hora: 7:00       | Hora: 7:27       | Hora: 7:57       | Hora: 8:33       | Hora: 8:59       | Hora: 9:30       |
| <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> |
| 3 minutos        | 3 minutos        | 8 minutos        | 2 minutos        | 3 minutos        | 3 minutos        |

Fuente: elaboración propia

Martes 4 de agosto de 2020

| CORTE 1          | CORTE 2          | CORTE 3          | CORTE 4          | CORTE 5          | CORTE 6          |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Hora: 7:00       | Hora: 7:30       | Hora: 8:00       | Hora: 8:30       | Hora: 9:00       | Hora: 9:31       |
| <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> |
| 3 minutos        | 3 minutos        | 3 minutos        | 2 minutos        | 2 minutos        | 3 minutos        |

Fuente: elaboración propia

Miércoles 5 de agosto de 2020

| CORTE 1          | CORTE 2          | CORTE 3          | CORTE 4          | CORTE 5          | CORTE 6          |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Hora: 7:00       | Hora: 7:30       | Hora: 8:03       | Hora: 8:31       | Hora: 9:02       | Hora: 9:29       |
| <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> | <b>Duración:</b> |
| 3 minutos        | 7 minutos        | 3 minutos        | 2 minutos        | 3 minutos        | 3 minutos        |

Fuente: elaboración propia

Jueves 6 de agosto de 2020

| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       | CORTE 5                       | CORTE 6                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 7:00                    | Hora: 7:31                    | Hora: 8:01                    | Hora: 8:32                    | Hora: 9:02                    | Hora: 9:24                    |
| <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos |

Fuente: elaboración propia

Viernes 7 de agosto de 2020

| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       | CORTE 5                       | CORTE 6                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 7:00                    | Hora: 7:34                    | Hora: 8:01                    | Hora: 8:30                    | Hora: 8:57                    | Hora: 9:29                    |
| <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>2 minutos | <b>Duración:</b><br>2 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos |

Fuente: elaboración propia

**Segunda semana de monitoreo**

Lunes 24 de agosto de 2020

| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       | CORTE 5                       | CORTE 6                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 7:00                    | Hora: 7:31                    | Hora: 8:01                    | Hora: 8:37                    | Hora: 9:05                    | Hora: 9:37                    |
| <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos |

Fuente: elaboración propia

Martes 25 de agosto de 2020

| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       | CORTE 5                       | CORTE 6                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 7:00                    | Hora: 7:30                    | Hora: 7:59                    | Hora: 8:34                    | Hora: 9:03                    | Hora: 9:31                    |
| <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos |

Fuente: elaboración propia

Miércoles 26 de agosto de 2020

| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       | CORTE 5                       | CORTE 6                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 7:00                    | Hora: 7:34                    | Hora: 8:01                    | Hora: 8:34                    | Hora: 8:59                    | Hora: 9:33                    |
| <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos |

Fuente: elaboración propia

Jueves 27 de agosto de 2020

| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       | CORTE 5                       | CORTE 6                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 7:00                    | Hora: 7:34                    | Hora: 8:02                    | Hora: 8:33                    | Hora: 9:02                    | Hora: 9:30                    |
| <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos | <b>Duración:</b><br>2 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos |

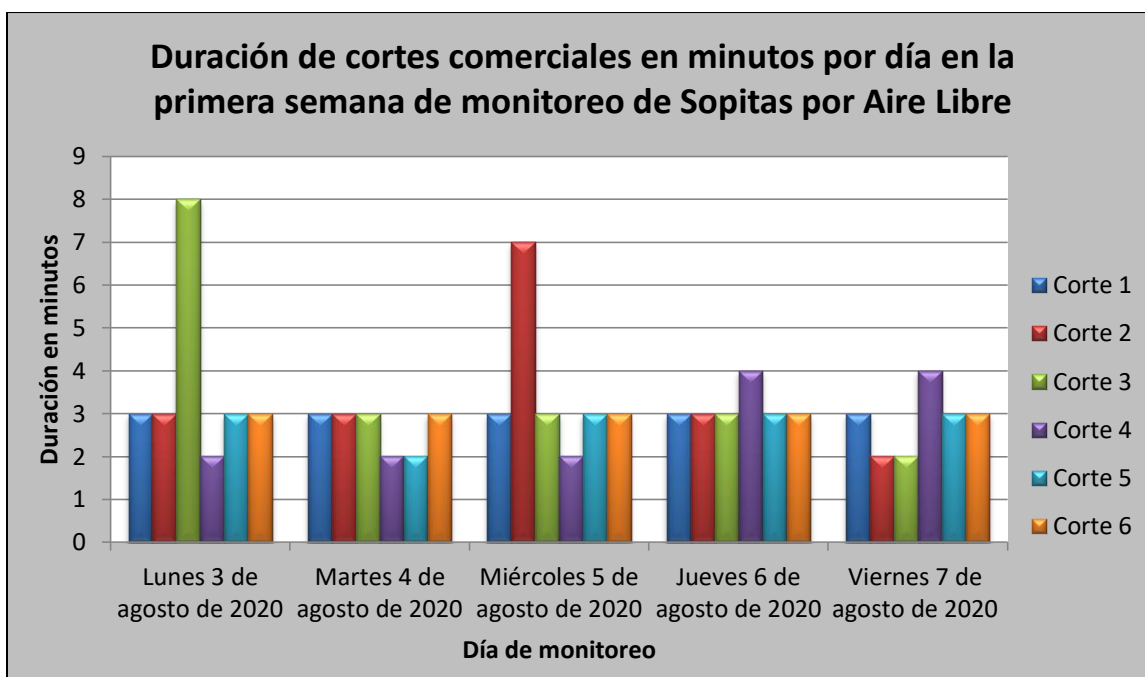
Fuente: elaboración propia

Viernes 28 de agosto de 2020

| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       | CORTE 5                       | CORTE 6                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 7:00                    | Hora: 7:22                    | Hora: 8:01                    | Hora: 8:36                    | Hora: 9:04                    | Hora: 9:30                    |
| <b>Duración:</b><br>2 minutos | <b>Duración:</b><br>2 minutos | <b>Duración:</b><br>2 minutos | <b>Duración:</b><br>2 minutos | <b>Duración:</b><br>2 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos |

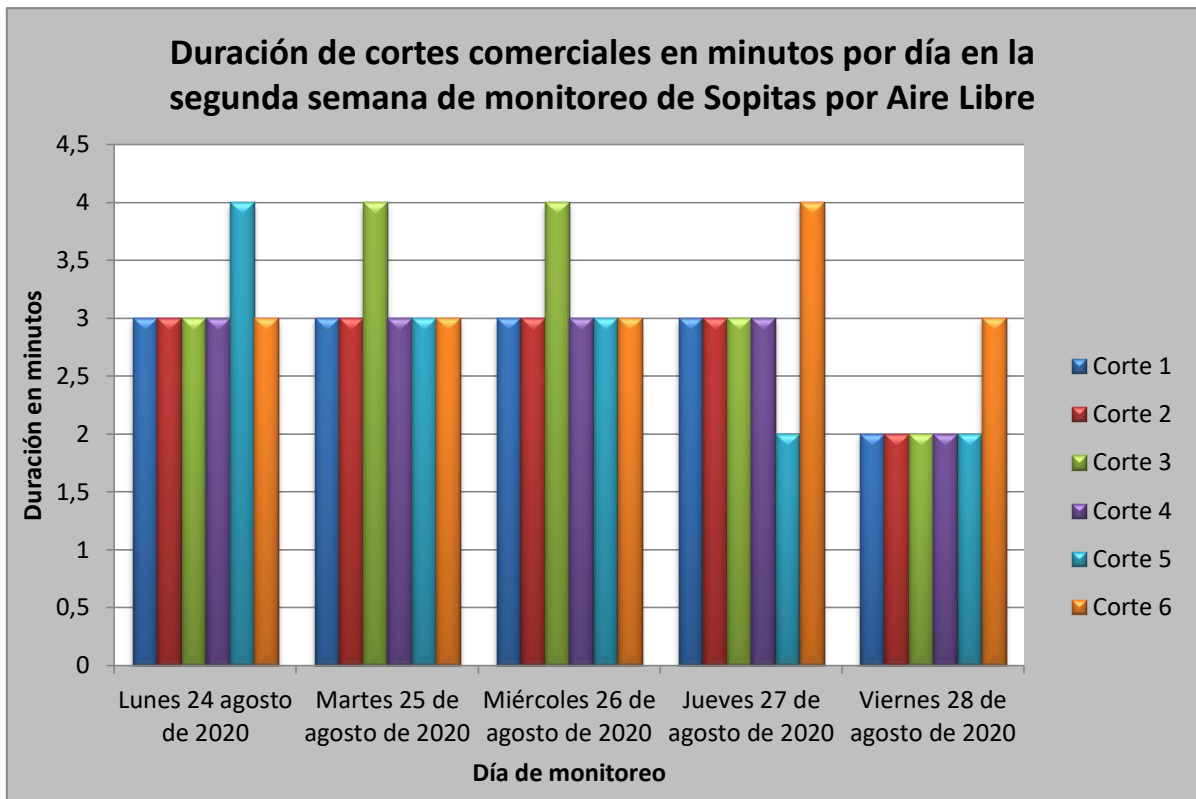
Fuente: elaboración propia

La duración variable de los espacios publicitarios en los cortes que se escucharon durante el programa *Sopitas por Aire Libre*, señalada en las tablas anteriormente, se puede observar en las siguientes gráficas.



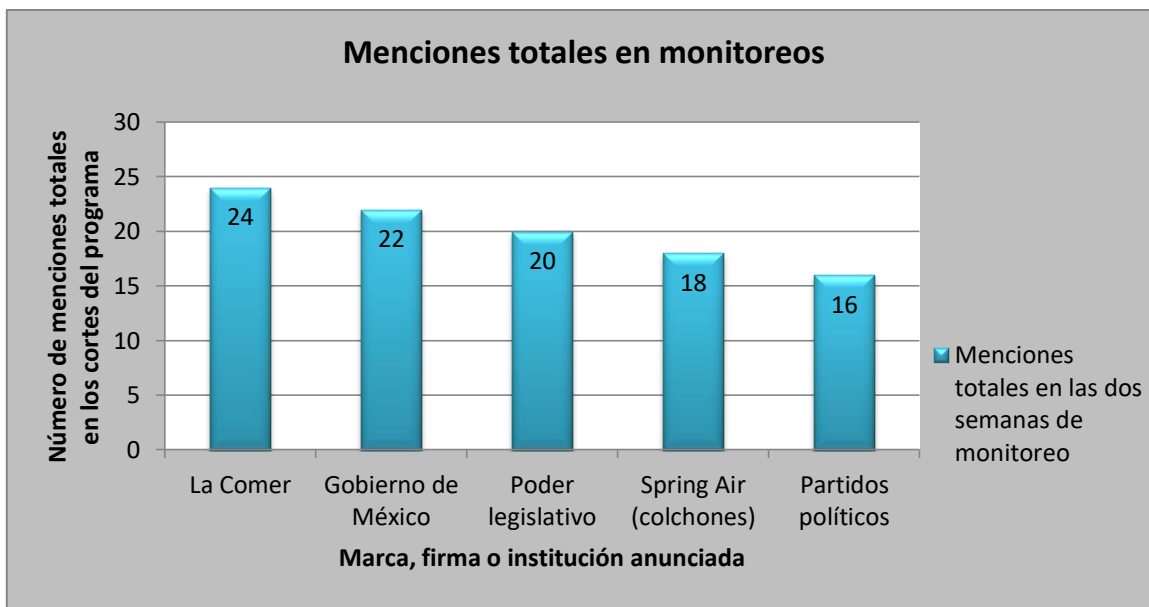
Fuente: elaboración propia





Fuente: elaboración propia

En las tandas publicitarias de esta transmisión radiofónica se identificaron, en su mayoría, anunciantes de tipo institucional u organizaciones gubernamentales. Entre los que presentaron menor frecuencia está el Banco de México, el Instituto Nacional Electoral (INE), la Suprema Corte de Justicia de la Nación y la Comisión Nacional de Derechos Humanos. Entre los anunciantes con mayor periodicidad destacaron: La Comer, 24 menciones; Gobierno de México, 22; Poder Legislativo (Cámara de Diputados y Senadores), 20; colchones Spring Air, 18 y partidos políticos (PRD, MC, PRI, PAN, MORENA), 16 menciones, como se muestra en la siguiente imagen.



Fuente: elaboración propia

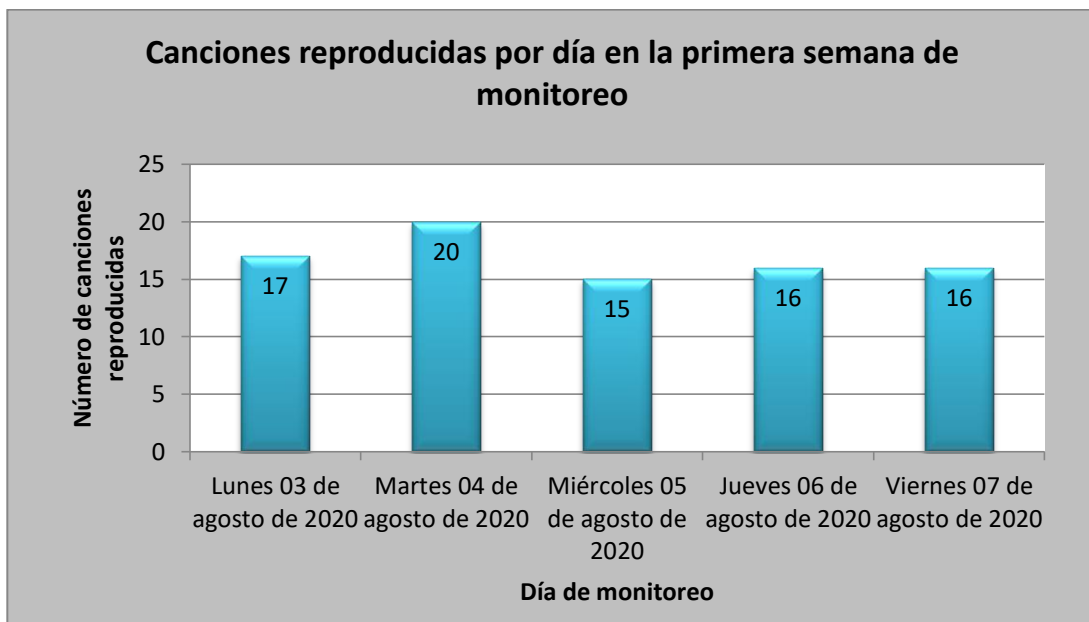
Respecto a los horarios y la duración variable de las tandas publicitarias en cada programa, Francisco Alanís “Sopitas” menciona que la publicidad es muy importante porque de eso vive la emisora, y a su vez, sus programas, sin embargo, en Aire Libre no existe esa rigidez en la que el anunciante tiene que salir en un minuto específico, es decir, el programa tiene la flexibilidad de atrasarse o adelantarse toda vez que se realiza una pausa comercial en las transmisiones.

En las entregas de *Sopitas por Aire Libre* no se escuchan reportes de tránsito y clima. Alanís refiere que esto se debe a que el programa es nuevo, además de que la producción no cuenta con los recursos que demanda hacer este tipo de alcances informativos y casi a la par del inicio de sus emisiones, a principios de febrero de 2020, surgió la cuarentena derivada de la pandemia por Covid-19, por lo que el equipo de producción determinó que la afluencia de personas en las calles disminuyó, sin embargo, la idea de incorporar información sobre circulación o congestionamiento vehicular y meteorología no está descartada en su programación.

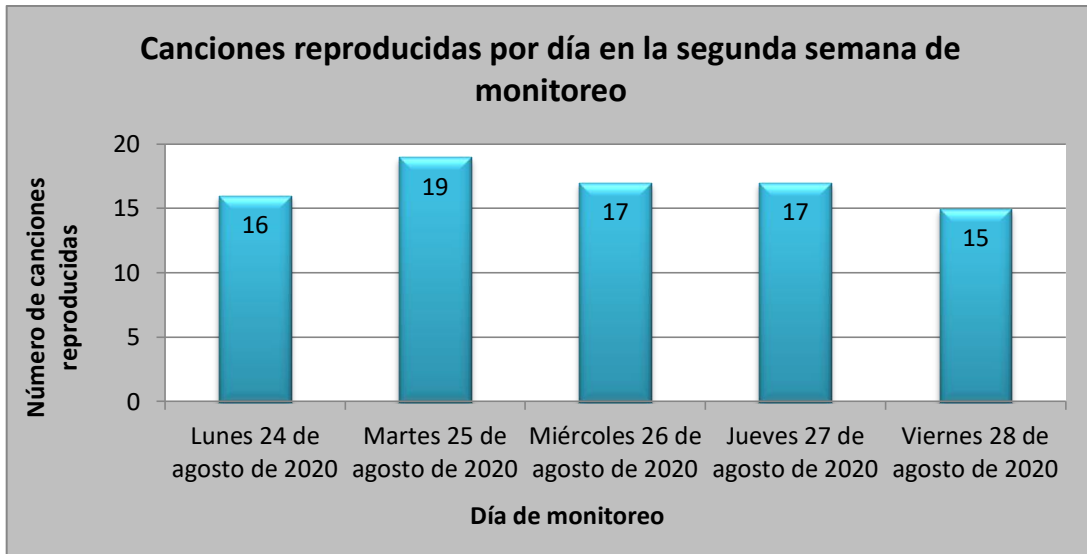
A lo largo de las dos semanas de monitoreo al programa, se identificó el uso de recursos sonoros grabados como efecto de chispazo para separar las notas en el resumen informativo al final de cada programa, en la segunda semana de análisis. En ese sentido, resulta interesante esta situación debido a que son parte importante del leguaje radiofónico.

La relevancia de los sonidos es tal que, nos sugieren las dimensiones de espacio y tiempo. Al escucharlos, podemos crear imágenes mentales, ayudan a estimular la imaginación. El sonido en radio nos aproxima a la realidad de lo que escuchamos (Ramos, s.f.).

Además de ser un programa que fusiona la radio musical con la radio hablada, en todas sus emisiones se aprecia la musicalización en las capsulas a las que se recurre y con función de fondeo en distintos momentos en los que platican al aire los conductores, cuando no hay entrevistas con algún invitado. El número de canciones que se reproducen completas intercaladas con la información que se menciona en cada transmisión, oscila entre las 15 y 20 por cada día como se muestra en las siguientes gráficas.

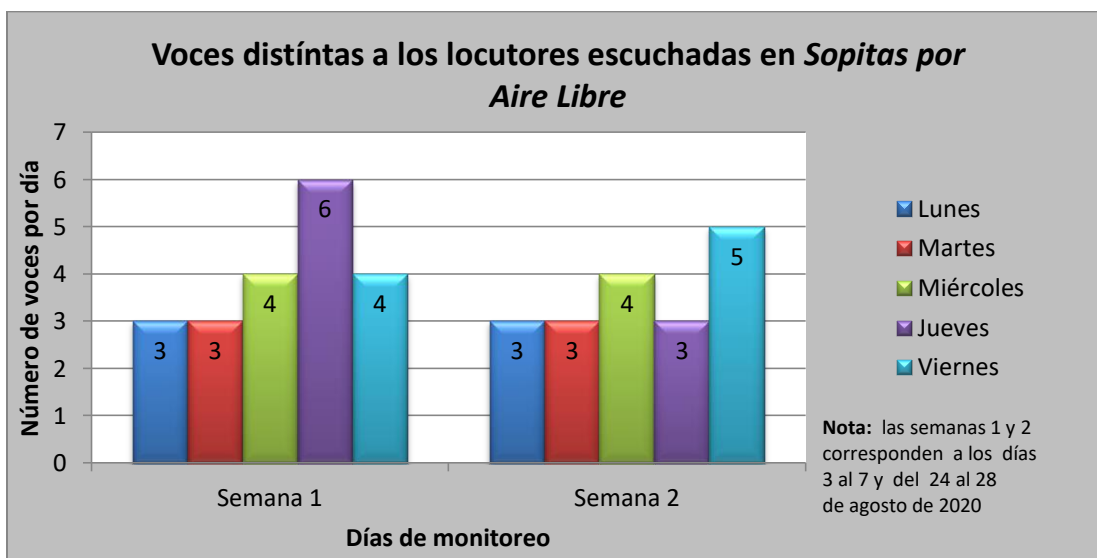


Fuente: elaboración propia



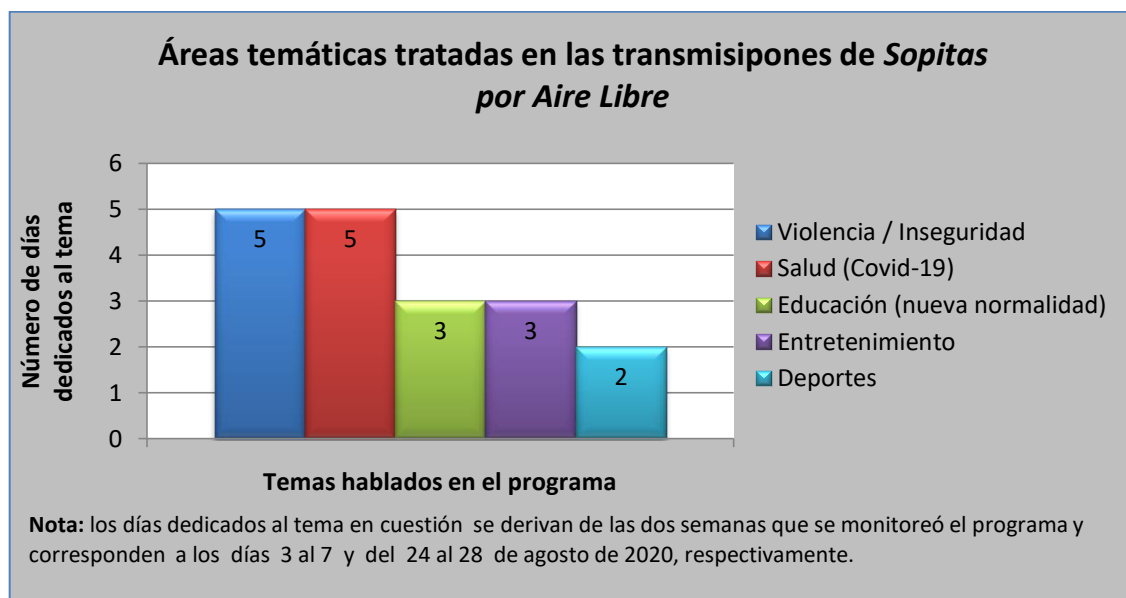
Fuente: elaboración propia

Las voces de los locutores que se escuchan en las transmisiones del programa no son las únicas sin lugar a duda, en cuatro de los seis bloques que conforman cada entrega, se dedica tiempo a las entrevistas con expertos en el tema que se aborda en el momento. Aquí se incluyen también voces de otros invitados que no son enlazados vía telefónica y que hacen su participación en las cápsulas informativas, éstas oscilan entre tres y seis intervenciones por día como se observa en la siguiente imagen.



Fuente: elaboración propia

Los temas que destacan por ser abordados en cada programa son: violencia, inseguridad, salud y educación. Otras áreas temáticas que alcanzan a ser mencionadas al menos en un día son: corrupción, medio ambiente, elecciones presidenciales en Estados Unidos y manifestaciones en ese mismo país por ataques violentos contra afroamericanos como se muestra en la siguiente gráfica.



Fuente: elaboración propia

Además de la entrevista, la producción recurre a la nota informativa, otro recurso periodístico para la información en sus programas, como se pudo apreciar en el segundo bloque de cada programa, en donde algunos periódicos de circulación nacional son la base de esa sección cuando Max Carranza comenta con Sopitas los principales encabezados de éstos.

Alanís señala que también se cuenta con otros recursos del periodismo para el desarrollo de su programa, como la investigación que realiza cada uno de quienes forman parte de su equipo de trabajo y las páginas de sitios web que funcionan como fuentes informativas en sus emisiones, en este sentido, es posible corroborar esta declaración cuando se escuchó al aire la entrevista con el

periodista Samuel Adam, del portal *Mexicanos contra la corrupción y la impunidad* que el día 25 de agosto de 2020 publicó una nota titulada “*En el primer año de AMLO, Liconsa afecta a los más pobres*”, la cual Sopitas retomó dos días después al aire para entrevistar al autor de esa publicación.

Respecto a la búsqueda de información con los invitados en su programa, Sopitas subraya que en su equipo de producción no son expertos en los temas, es por eso que hacen la invitación a personas que les ayuden a entender esas áreas de información. Sin embargo, menciona que su producción tiene bien identificadas las inquietudes o preguntas que quieren formular a sus entrevistados.

Para tratar los temas en su programa, Alanís menciona que se realizan juntas de producción, para esto, se reúne junto con su equipo de producción todos los días:

Oigan, vi esto. ¿Qué opinan?, sí, no...Lo vamos discutiendo y vamos también calendarizando y ver qué es más urgente que otro. Así vamos calendarizando los temas, priorizando y dando seguimiento. Hay temas que pues sí, a lo mejor vale la pena darles ese seguimiento diario o tres veces a la semana y habrá otros temas que, bueno, con una vez que los llevamos ya estuvo.

Aunque la entrevista y las notas informativas son las principales fuentes de información en los programas de *Sopitas por Aire Libre*, al estar presentes en cada uno de los programas y tener una sección exclusiva para la segunda de éstas, la producción omite otros recursos periodísticos como el reportaje, la crónica, la tertulia o el debate que pueden tener la misma función de informar. Respecto a esto, Sopitas señala que su programa no cuenta con reporteros que cubran fuentes específicas, en este sentido, explica que su equipo de producción está estructurado por dos productores, José Antonio Martínez, tiene la función de jefe de información y contribuye con la organización de la agenda de invitados y Carlos Domínguez, que ayuda con los audios grabados. Los tres locutores, Francisco Alanís “Sopitas”, Greta Padilla y Max Carranza.

Además, cuentan con un colaborador por día que ofrece hablar de un tema específico, sin embargo, tras el seguimiento que se hizo a sus transmisiones se identificó que sólo tres días a la semana sigue el patrón que Alanís refiere: los lunes Isa Plancarte se dedica a hablar de recomendaciones gastronómicas en la Ciudad de México; los miércoles, un integrante del proyecto *Isla Urbana* atiende temas del medio ambiente; los jueves, María Elena Morera de la organización *Causa en Común* comenta temáticas de inseguridad y el estado de derecho. En tanto, los viernes de recomendación de libros, sólo se escuchó a la editora y profesora de literatura Elvira Liceaga sugerir una novela en la segunda semana de monitoreo. Los días martes no se distinguió algún colaborador que aborde un tema en específico.

Con respecto a la participación de la audiencia en los temas del programa, no se identificó en al menos una ocasión la intervención del público vía telefónica, o que los conductores leyeran comentarios en sus redes sociales, mensajes de voz, ni tampoco aportaciones en la aplicación de mensajería WhatsApp u otros medios de interacción con el fin de poder dar su opinión, o bien, aportar datos o información adicional de algún tema informado en las emisiones u otro tema propuesto por los radioescuchas.

Las redes sociales que forman parte del entorno digital de *Sopitas por Aire Libre* no son propias del programa, la producción hace uso de las cuentas generales de la emisora. En las semanas de monitoreo se encontró que esta frecuencia emplea cuatro redes sociales: Twitter, Facebook, YouTube e Instagram. En este sentido, Francisco Alanís subraya que el mecanismo de interacción con su audiencia es totalmente digital y las plataformas que usan con mayor frecuencia para el contacto con los radioescuchas son Twitter e Instagram. Sin embargo, en los días de análisis se detectó que esta emisión radiofónica sólo utilizó la primera. Además, la producción ha buscado alternativas de comunicación con quienes los escuchan como abrir una línea telefónica o una línea de mensajería móvil a través

de la aplicación WhatsApp, estrategias que no se han logrado al menos al 2 de octubre de 2020, día de la entrevista para esta investigación.

Al analizar el entorno digital de esta producción, se descubrió el uso preponderante de la red social Twitter. En ella se comparten publicaciones de la cuenta *Sopitas* en forma de *retuits*. De tal manera que las únicas publicaciones que se hacen de manera directa desde el perfil de la emisora, no son exclusivas del programa en cuestión, sino de los distintos contenidos en la parrilla programática de la frecuencia 105.3 FM, quedando desapercibidas por días e incluso semanas, las demás redes sociales señaladas.

La aportación de elementos multimedia en el uso de Twitter es muy precaria. Esta es la red que se usa a diario y, sin excepción, su contribución es sólo texto. La información que se comparte ahí corresponde a los *retuits* de las publicaciones de la cuenta *@Sopitas*, es decir, este perfil publica los invitados que se tendrán en el programa usando el *#SopitasPorAireLibre* y la emisora comparte esa publicación. Además, en ocasiones se distribuyen hipervínculos a contenidos de terceros, específicamente al portal de *sopitas.com*. Otros elementos informativos como fotografías, infografías, videos, audios del programa o adicionales a éste quedan descartados y aunque las publicaciones en sus redes sociales permiten la interacción, el público interactúa de manera esporádica.

En la página web de la emisora *airelibre.fm*, se puede encontrar el contenido referente al programa *Sopitas por Aire Libre*, éste es sólo audio, es decir, se sube a internet el podcast de la emisión sin los cortes comerciales de cada día con posibilidad de escucha posterior a la transmisión en tiempo real. En este sentido y al igual que sucede con las redes sociales de la emisora, el sitio no ofrece otros recursos informativos como fotografías, infografías, videos, notas informativas o hipervínculos a otros contenidos de información.



Con respecto a la relación entre el programa, la emisora y el internet, el conductor subraya que este último es de gran ayuda, en su experiencia le han escrito personas que viven en otros países como Francia o Estados Unidos y que escuchan sus transmisiones, además de sus radioescuchas de la Ciudad de México, gracias a esta plataforma. Argumenta que hoy en día es más accesible tener una bocina inteligente que se conecta a internet o que se escuche la radio desde un teléfono celular en casa o en el transporte público a que se tenga un aparato electrónico exclusivamente para escucharla.

Por otra parte, Alanís considera que el propósito de publicar los podcasts de sus programas en la página web de la emisora es poder recurrir a un material de consulta. Si alguien del público no pudo escuchar la transmisión en tiempo real, se perdió algún segmento o una entrevista por cualquier razón, éste puede acudir a encontrarlo en este espacio.

En las entregas del programa que se analizaron no se detectó en algún momento el uso de transmisión de video en vivo a través de las redes sociales o el sitio web de la emisora. Al respecto, el conductor asegura que dentro de la producción sí se ha considerado recurrir a este recurso, sin embargo, él se ha negado porque lo considera un elemento aburrido al tomar como ejemplo el programa radiofónico de la periodista Carmen Aristegui:

Es una cámara ahí fija, ves al productor entrando y saliendo con la escaleta. Los invitados, tampoco están los invitados. Entonces, de repente cuando está un invitado por teléfono, nada más ves a una persona ahí que está escuchando los audífonos. Tú tampoco estás oyendo nada más ves. Me parece muy aburrido, si es para escuchar pues escuchemos. Entiendo los beneficios y entiendo por qué puede ser importante, pero siento que el video, al parecer no es tan importante.

Si hay un *streaming* y es audio, pues hagámoslo de audio. Creo que el video tiene un lenguaje muy diferente para que pueda ser realmente atractivo para la audiencia.

La ausencia de los recursos visuales de la información en esta producción radiofónica, según Alanís, se complementa al tratar de describir los hechos noticiosos ocurridos con audios porque esa es la magia de la radio y a partir de eso se puede visualizar también lo que ocurre. Esto se puede demostrar en los resúmenes informativos en que no se escucha voz de algún conductor y sólo se reproducen los sonidos de las noticias, declaraciones de quienes las protagonizan o el ambiente que se vive en alguna manifestación.

Al ser una propuesta informativa nueva en el cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México, el conductor del programa manifiesta que los temas están dirigidos a una audiencia joven, personas dentro del rango de edad entre 25 y 45 años porque es el target de la frecuencia y también a quien se dirige en su portal *sopitas.com*. El objetivo de su producción es tratar de abordar los temas que su público necesita saber, de ahí el eslogan “Lo que no sabías que necesitas saber”, de tal manera que ofrecen en su contenido opiniones de especialistas en distintos asuntos como justicia, arte culinario, tendencias en redes sociales o deportes de una forma amigable e informal, a diferencia de otros espacios noticiosos en la radio.

Para ofrecer profundidad en la información de los temas que se hablan, Alanís argumenta que se busca tener voces de especialistas en las diversas cuestiones que se abordan porque su producción no es experta en los asuntos, les interesa la información y es necesario que les ayuden a comprender el impacto de los acontecimientos

Además, Alanís refiere que la emisora gestiona y consulta estudios de consumo de radio mensualmente que permiten tomar decisiones estratégicas, ésta comparte con el equipo de producción del programa algunos números y datos que les contribuye a comprender las áreas de oportunidad para reforzar sus contenidos.

A unos meses de que se celebre los cien años de la llegada de la Radio en México, el 27 de septiembre de 2021, el conductor de *Sopitas por Aire Libre* subraya que este medio de comunicación ha venido evolucionando de una forma muy interesante. Recuerda la época en la que no había mujeres conduciendo radio, asimismo cuando trabajaba en W Radio y al llegar a las instalaciones observaba un piano en el que tocaba José Alfredo Jiménez porque la música era en vivo, no había discos en los programas donde se presentaban los músicos y cantantes.

Claro, aún existe quien cree que la radio ha muerto o se está muriendo. Ante esta idea, Alanís rescata un dato que le parece sorprendente: durante la pandemia de Covid-19, el consumo de radio aumentó y las personas no acudieron a las demás fuentes de información que forman parte del entorno mediático, lo que da cuenta de la credibilidad y bondades como la inmediatez que ofrece este medio de comunicación.



Fuente: captura de pantalla, entrevista a Francisco Alanís “Sopitas” vía Zoom, 2 de octubre de 2020

## **Ciro Gómez Leyva en *Por la Mañana* 104.1 FM**

Ciro Gómez Leyva es conductor y cabeza de mando en el programa radiofónico *Por la Mañana* que se transmite en la barra programática de la frecuencia 104.1 fm con una duración total de 180 minutos, establecidos de las 07:00 a las 10:00 horas de lunes a viernes desde el día 6 de enero de 2014. Él señala que es una emisión informativa noticiosa. En sus transmisiones se tratan temas de política, corrupción, salud, inseguridad, justicia, economía, violencia, obras públicas, cultura, educación, la nueva normalidad tras la pandemia de Covid-19 en México y eventualmente música y deportes.

Según Gómez Leyva, la estructura del equipo de producción es muy sencilla y elemental, él y Manuel Feregrino son la línea de mando, dirigen y son productores del programa. Cuenta con un grupo de colaboradores que se mueven con gran libertad, reporteros, redactores y todos pueden entrar al aire y conducir en ciertos momentos, proponen temas y generan notas con la idea de que fluya la creatividad de todos.

Ciro subraya que su emisión es totalmente diferente a cualquiera que haya existido en la radio con respecto a su estructura de producción. En *Por la Mañana*, entre los colaboradores y reporteros se distinguen: Miriam Moreno, Marco Silva, Lourdes Munguía y Humberto Padgett, que hacen coberturas específicas para esta emisión. También colaboran Ricardo López y Germán Martínez. Ellos toman también dominio y control del tiempo y del micrófono. Además, trabajan con la red de reporteros de *Radio Fórmula*, que son siete u ocho, entre ellos: Juan Antonio Jiménez, Israel Aldave, Maru Rojas, Sara Pablo, que trabajan para todos los noticieros de *Fórmula*. Asimismo, considera que sus radioescuchas son quienes tienen la decisión de escuchar o no sus contenidos; y, con absoluta libertad, pueden apagar la radio y simplemente desaparecer a quien está hablando por este medio de comunicación.

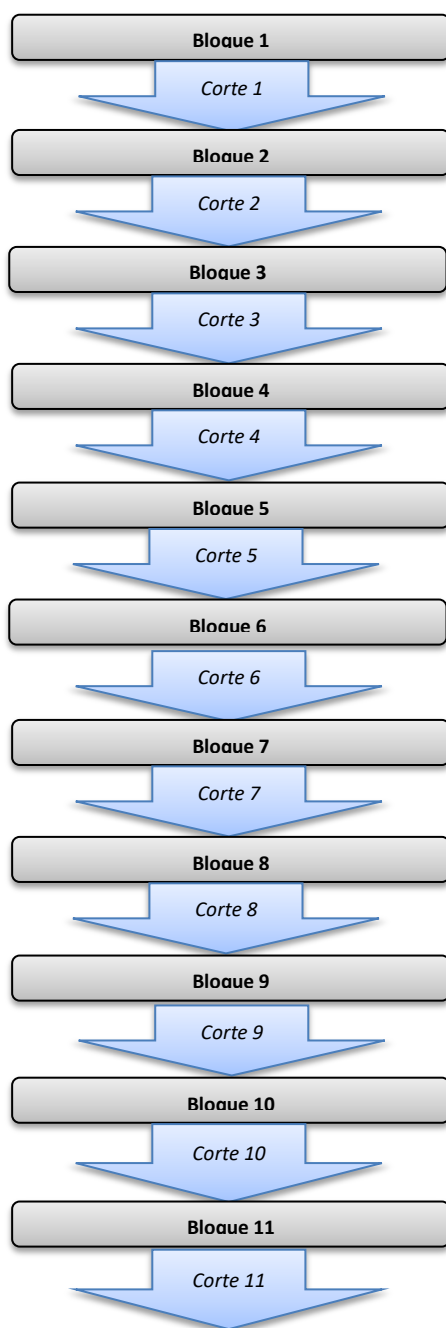
En este sentido, el conductor asegura que a través de su transmisión se trata de seducir al público que tiene muchas opciones de programas para escuchar o apagar el radio y realizar otras actividades. Se procura cautivar a las personas con una manera agradable de platicar la información, afirma que sus colaboradores conocen el lenguaje radiofónico, entienden la velocidad, el ritmo, los momentos en los que hay que subrayar una moción.

Para esta investigación también se monitoreó durante dos semanas el programa *Por la Mañana*. La primera semana corresponde del día 10 al 14 de agosto de 2020 y la segunda, del día 31 de agosto al 4 de septiembre de la misma anualidad. Esta transmisión segmenta su contenido de 180 minutos en 11 bloques con duración variable que van desde los cuatro hasta los veintisiete minutos cada uno. Aunque son inestables en su extensión de tiempo el mismo día, éstos duran lo mismo cualquier día de la transmisión.

Con base a las reflexiones de Araya para la distinción entre géneros y formatos radiofónicos, se propone definir al programa *Por la Mañana* de Ciro Gómez Leyva como un programa informativo con un formato de noticiero.

La transmisión se compone de 11 bloques y 11 cortes comerciales como se muestra en el *Esquema 2. Estructura de la transmisión Por la mañana*.

## Esquema 2. Estructura de la transmisión *Por la mañana*



Fuente: elaboración propia

El primer bloque de la programación da inicio en punto de las 7:00 horas. Este espacio es muy breve, tiene una duración de cinco minutos, se escucha la rúbrica del programa, *Ciro Gómez Leyva* es la única voz que se escucha aquí, aunque en ocasiones se distingue también a *Manuel Feregrino*. Se dan los avances de la información que se presentará a lo largo del programa y se mencionan las entrevistas con los personajes esenciales de la vida pública. En algunos días proporcionan las redes sociales de la emisora y las cuentas personales del conductor.

El segundo bloque mantiene una duración de 26 a 27 minutos y comienza después del primer corte comercial. Se retoma por instantes los temas que aborda el presidente *Andrés Manuel López Obrador* en sus conferencias matutinas en el Palacio Nacional, se presentan entrevistas con diferentes personajes para tratar temas variados como el caso *Lozoya* que se abordó el 12 de agosto de 2020 con el abogado *Roberto Gil*, donde explicaron las acusaciones que se le imputan al ex director

de Pemex o la plática que *Ciro* mantuvo con el ex presidente *Felipe Calderón* el 10 de agosto de ese mismo año sobre el reportaje del semanario *Proceso* en que se

vio involucrado el ex mandatario por favorecimiento a la empresa Odebrecht; el caso de Rosario Robles con su abogado Epigmenio Mendieta.

El día 14 de ese mismo mes, el presidente López Obrador ofreció su conferencia matutina desde el estado de Guerrero, el programa se enlazó con la reportera Ángeles hasta la sede para dar seguimiento al informe del mandatario. También se escucha a otros colaboradores que se integran por momentos a la transmisión, Marco Silva, Miriam Moreno para presentar notas informativas y comentar los temas que ofrece el ejecutivo federal.

En la mayor parte de este bloque, se da seguimiento a la rueda de prensa del presidente, sin embargo, también se cubren otros temas políticos, por ejemplo, con Alfonso Ramírez Cuellar, dirigente nacional de Morena sobre la elección del presidente de este partido o con René Juárez, coordinador de la bancada del PRI sobre la propuesta de proponer a Dulce María Sauri como presidenta de la cámara de diputados los días 31 de agosto y 1 de septiembre de 2020, respectivamente.

En ocasiones, también se despliegan al aire algunos encabezados de los diarios de circulación nacional como *La Jornada*, *Excélsior*, *El Financiero*, *El Universal* y *Reforma*. Sophia Henríquez se encarga de estar monitoreando en tiempo real las conferencias matutinas del ejecutivo federal.

En el tercer bloque de esta emisión se identifica el primer resumen de la información que se ha presentado hasta entonces. Esta recapitulación está a cargo de Deyanira Pérez en cada entrega y en su aportación integra la cotización del dólar. En este lapso del programa se sigue monitoreando las conferencias matutinas del presidente López Obrador, se integraron entrevistas al aire para tratar distintos asuntos como la producción y la efectividad que puede ofrecer una vacuna rusa contra el Covid-19 con el infectólogo Alejandro Macías el 11 de agosto de 2020.

Dos días después se escuchó la intervención de un reportero de la emisora que brindó información de alcance nacional. El problema de falta de recolección de basura en un hospital del Instituto Mexicano del Seguro Social en Veracruz, ahí se detalló que el ayuntamiento de la ciudad reportó que esa labor no está en sus manos debido a que es responsabilidad de una empresa que la institución contrató para realizar la tarea de recaudación.

El cuarto bloque es muy breve y tiene una particularidad constante, aquí el espacio es utilizado por Deyanira Pérez para dar un resumen de la información que se ha desarrollado hasta este punto de las emisiones, adicional a esto, se aprovecha el tiempo para comentar de forma general los temas que se presentan en la rueda de prensa del ejecutivo federal, mencionar avances informativos que se abordarán después de la pausa comercial, se anuncia de forma vertiginosa las redes sociales de la emisora y de Gómez Leyva, en ocasiones se divulga también la página web y el teléfono de la emisora.

El 1 de septiembre de 2020 en este mismo apartado de la transmisión, Ciro dio la bienvenida a los radioescuchas de la nueva frecuencia de Radio Fórmula en el estado de Querétaro.

El quinto bloque de las emisiones posee mayor tiempo que el anterior, en este sentido, se abre la conversación con diferentes personajes que abordan los temas a través de entrevistas enlazadas vía telefónica. El 12 de agosto del mismo año Ciro platicó con el abogado Germán Martínez sobre los beneficios que la ley puede otorgar al ex director de Pemex, Emilio Lozoya si fuera un testigo protegido. En esta ocasión se escuchó un punto de vista distinto al conductor, mientras éste mencionó que apreciaba al presidente López Obrador, eufórico por el caso, Martínez no compartió esa idea y declaró que el trabajo del Fiscal General de la República, Alejandro Gertz Manero marcha bien al respecto, además, sostuvo que sus argumentos se sostienen en el código penal para mantener su postura.



En este lapso del programa se sigue dando seguimiento a las conferencias matutinas del presidente de México. El 13 de agosto de 2020, Ciro mencionó que ahí se abordó el tema de la producción de la vacuna entre la Universidad de Oxford y el laboratorio AstraZeneca. El conductor conversó con el doctor e investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México, Héctor Hernández Bringas, sobre las estadísticas de muertes por Covid-19 en nuestro país, éstas arrojaron que las defunciones por el virus en los hospitales públicos ascendieron al triple a diferencia de los privados que atiende sólo al tres por ciento de los enfermos por el contagio y el 88 por ciento muere en nosocomios públicos.

El seguimiento que este programa informativo procura en los temas que ofrece se distingue con frecuencia en sus emisiones, ejemplo de esto se detalló al día siguiente cuando en este mismo bloque Gómez Leyva platicó con Hernández Bringas sobre la letalidad en las dependencias de salud por Covid-19 en México: IMSS 19.9 por ciento, ISSSTE 17.2 por ciento e instituciones privadas 4.2 por ciento.

El bloque número seis sigue siendo un espacio en el que se escucha conversar a conductores con colaboradores. El 12 de agosto de 2020 Humberto Padgett comentó al aire un hallazgo que lo sorprendió, mientras se encontraba en el estado de Chiapas haciendo una cobertura sobre la información y medidas de sanidad que tenía la gente en aquella entidad, el reportero se encontró con venta ilegal de gasolina, contrario a lo que el presidente Andrés Manuel informaba respecto al tema.

Un día después, en la cuarta entrega que corresponde a la primera semana que se analizó, Ciro Gómez Leyva leyó al aire el comentario de un radioescucha sobre la encuesta de partidos políticos nuevos y posibles coaliciones que presentaron y comentaron con Carlos Campos, director de la casa encuestadora *Massive Caller*, la cual proyectaba que la organización México Libre podría alcanzar un 10.33 por ciento de intención de votos a nivel nacional, sin embargo,

el conductor no mencionó el nombre de la persona que lo escribió, tampoco el medio de contacto.

Durante este segmento del programa, se sigue dando cobertura al asunto de la pandemia por Covid-19, en este sentido, se anuncian los semáforos epidemiológicos y las actividades que se retoman en algunas entidades del país. Además, continúa el seguimiento en tiempo real de las ruedas de prensa del presidente López Obrador.

El bloque siete, marca el inicio de la segunda mitad de las transmisiones, aquí se realiza el resumen número dos de la información que se ha emitido. El tiempo es mayor y se aprovecha para continuar con más entrevistas y presentación de datos. El 11 de agosto de 2020 durante la primera semana de monitoreo, Ciro entrevistó al empresario Carlos Ahumada vía telefónica para platicar sobre su extradición de Argentina a nuestro país que fue negada. En la charla Ahumada señaló que en el país que radica actualmente no es delito deberle al fisco dos mil pesos y que su caso es una cuestión de amarillismo mediático y no un acto de venganza política por parte del gobierno de México.

El 1 de septiembre de la misma anualidad el presidente Andrés Manuel López Obrador ostentó su segundo informe de gobierno, este acto fue anunciado esa misma mañana por Gómez Leyva en el programa y se identificó por segunda ocasión la lectura del comentario por parte de un radioescucha, esta vez el conductor menciona el nombre del usuario, Omar Aguilar opinó sobre el gobierno federal a través de Twitter.

En el octavo bloque es de corta duración, en él se agrega información referente a la música y este espacio corre a cargo de Ricardo López, colaborador del programa. El propósito de este fragmento es compartir fechas de conciertos, lanzamientos musicales, efemérides, etc. En las dos semanas de análisis se detectó que no se hace distinción por algún género en especial además se dio a

conocer que diferentes músicos realizaron conciertos virtuales y otros que pudieron ser escuchados desde el automóvil. En ocasiones se aprovecha el espacio para mencionar las redes sociales de la emisora y las cuentas personales de Gómez Leyva antes de mandar a corte comercial

El día 1 de septiembre de 2020 este bloque dio fin a la transmisión debido al segundo informe de gobierno del presidente de México. Ciro comunicó al aire que en Palacio Nacional los asistentes guardaban un minuto de silencio en memoria de las muertes por Covid-19, despidió el programa de manera anticipada y comentó que las emisoras quedarían unidas en cadena nacional para transmitir el discurso del mandatario.

En el noveno bloque de las emisiones Sophia Henríquez presenta un breve resumen de las conferencias matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador. Este fragmento informativo tiene una particularidad, aquí se escucha el seguimiento a los temas que durante el día o semana se ha estado informando a los radioescuchas; a continuación, se presentan algunos de los temas que se les dio continuidad.

El 12 de agosto de 2020, Miriam Moreno abordó el tema del caso Lozoya y comentó en términos generales que el diario *Milenio* publicó que se hicieron señalamientos de posibles implicados donde, según el testimonio del implicado, hubo cuatro testigos y la existencia de un video. En tanto, Ciro señaló que habría que corroborar los nombres de los involucrados. Al día siguiente la reportera dio a conocer los nombres de las personas involucradas y desmintió la publicación del periódico, fueron sólo dos individuos señalados: Rodrigo Arteaga, secretario particular de Emilio Lozoya y Norberto Gallardo, su jefe de escoltas. Posteriormente, el día 14 del mismo mes y año, la periodista retomó el tema para mencionar las cualidades que deben tener los funcionarios que atestiguan los hechos que los implican y concluyó que Lozoya deberá presentarse a firmar cada mes ante la autoridad para seguir su proceso.

El 13 de agosto de la misma anualidad se presentó la nota sobre el problema de un hospital del Instituto Mexicano del Seguro Social de Veracruz en el que se reportó un cúmulo de basura, deshechos e inmobiliario inservible que no habían retirado por varios días. Un día después, la emisión informó que el retiro de los residuos debía realizarse a más tardar el siguiente fin de semana; y detalló que el ayuntamiento de Veracruz reportó que las tareas de recolección corren a cargo de empresas privadas que la institución de salud contrata para esa actividad.

El 11 de agosto de 2020 Ciro Gómez Leyva conversó con el Empresario Carlos Ahumada, para anunciar en el programa la negativa de su extradición a México desde Argentina por un adeudo al fisco mexicano de alrededor de cinco mil quinientos pesos. Tres días después, el conductor informó en su transmisión que ese día venció el plazo para que el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos apelara el proceso, sin embargo, no hubo apelación en la resolución.

El 1 de septiembre del mismo año, los reporteros del programa Humberto Padgett y Miriam Moreno hicieron mención sobre el video de un asalto en el transporte público de Naucalpan, Estado de México, que dejó un pasajero muerto. Ciro y los reporteros recordaron a los gobernadores y presidentes que han gobernado tanto en la entidad como en el país y no han hecho algo al respecto. Al día siguiente, el periodista Marco Silva informó que se identificó a dos células delictivas que operan en la zona y que se tenían algunos sospechosos identificados. Más tarde Padgett se integró a la transmisión para dar seguimiento a los asaltos en combis, camiones y microbuses en esa entidad que encabeza la lista de esa actividad ilícita.

Además, se entrevistó a Raymundo Martínez Carbajal, secretario de movilidad en el Estado de México sobre el tema la estrategia que está implementando su dependencia para combatir el conflicto. El funcionario sostuvo que debido a la gran población de la entidad se atribuye el robo a transporte

público. También se le cuestionó la ineficiencia de las cámaras de vigilancia y el mecanismo de botones de pánico que tienen los operadores de las unidades. Este seguimiento alcanzó dos bloques consecutivos del programa.

En el décimo y penúltimo bloque de la producción se concluyen algunos temas de los que se les ha venido dando seguimiento en días previos. Ejemplo de ello es la investigación de campo sobre el Covid-19 en el estado de Chiapas que el 11 de agosto de 2020 presentó el reportero Humberto Padgett, dio a conocer que en esa entidad no hay medidas sanitarias, tampoco existen brigadas de salud en la región, al respecto el periodista hace una breve reflexión; Los grupos vulnerables están olvidados.

Dentro del trabajo periodístico que se ejecuta en esta emisión radiofónica se le dedica gran espacio al tema de la pandemia por coronavirus y lo que de ella deriva, tal es el caso de Gerardo Vicente Grajales Yuca, médico del Hospital de Especialidades Vida Mejor en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, quien se encontraba en prisión domiciliaria luego de que falleció Miguel Arturo Ramírez López, ex dirigente del partido político Mover a Chiapas, a quién el médico dio atención médica antes de su deceso. La hija del fallecido acusó al doctor por abuso de autoridad. El 12 de agosto del mismo año Ciro Gómez Leyva presentó una entrevista grabada con Grajales Yuca en la que el detenido expresó que ha recibido el apoyo de la comunidad médica.

El 4 de septiembre de la misma anualidad en este segmento de la emisión, se concluyó también el seguimiento que se le dio al asunto de los asaltos en transporte público del Estado de México. El reportero Marco Silva y el conductor Ciro Gómez entrevistaron vía telefónica a Maribel Cervantes, secretaria de Seguridad Pública de esa misma entidad. La funcionaria mexiquense detalló que las imágenes de las cámaras de video primero son entregadas a los medios de comunicación y luego a la autoridad y señaló que debe ser de manera paralela. Por su parte, el periodista Humberto Padgett ultimó que en Naucalpan patrullan 32

unidades de la Guardia Nacional, pese a que en ese municipio hay muchas más colonias que la cifra de vehículos de esa institución policiaca.

En el bloque número once de las transmisiones se emite el último resumen informativo del día en voz de Deyanira Pérez. En este segmento final se abre espacio para los reporteros de la emisora, quienes señalan distintos acontecimientos. El 11 de agosto de 2020 Javier Navarro, informó sobre una manifestación en el Zócalo de la Ciudad de México por parte del sector artístico debido a su condición laboral frente a la pandemia de Covid-19, ahí pidieron apoyo a la Secretaría de Cultura. El 04 de septiembre del mismo año, Navarro comunicó que una concentración de padres de niños con cáncer en las inmediaciones del Hospital La Raza del Instituto Mexicano del Seguro Social, al norte de la capital del país, protestaron por la falta de los medicamentos para sus hijos.

También se escuchan entrevistas en las que se informa sobre la vida pública tras el cierre de diversas actividades que el gobierno subrayó como no esenciales como medida de prevención para no propagar los contagios de Covid-19. El 31 de agosto del mismo periodo anual Gómez Leyva conversó vía telefónica con Tina Galindo, productora teatral, para presentar a los radioescuchas la situación que atraviesa esta actividad escénica por el cierre de los recintos y detalló que se reincorporarían a sus labores en el Teatro Insurgentes el 9 de octubre del mismo año.

En este sentido, el 2 de septiembre de la misma anualidad Ciro platicó con Lucina Jiménez, directora del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, sobre las actividades culturales y museos que se abrirían en los siguientes días con las medidas sanitarias que indicó la Secretaría de Salud con respecto a la pandemia por coronavirus.

Aunque en este último segmento de las transmisiones siempre hay más de un conductor o algunos reporteros del programa que están compartiendo el

micrófono, Ciro Gómez Leyva siempre despide las emisiones. Además, se identificó que los días 31 de agosto y 4 de septiembre de 2020 el conductor agradeció a su equipo de producción e incluso mencionó nombres.

## Tandas publicitarias

Las pausas comerciales durante las emisiones que se incluyen en *Por la mañana* de Radio Fórmula poseen un horario y duración casi uniforme. A continuación, se muestra la permanencia precisa en todas sus transmisiones, concentrada en las *Tablas de monitoreo de Por la mañana*.

### Primera semana de monitoreo

Lunes 10 de agosto de 2020

| <i>CORTE</i><br>1         | <i>CORTE</i> 2            | <i>CORTE</i> 3            | <i>CORTE</i> 4            | <i>CORTE</i> 5            | <i>CORTE</i> 6            | <i>CORTE</i> 7            | <i>CORTE</i><br>8         | <i>CORTE</i><br>9         | <i>CORTE</i><br>10        | <i>CORTE</i><br>11        |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Hora:<br>7:05             | Hora:<br>7:35             | Hora:<br>7:56             | Hora:<br>8:05             | Hora:<br>8:20             | Hora:<br>8:35             | Hora:<br>8:56             | Hora:<br>9:05             | Hora:<br>9:20             | Hora:<br>9:35             | Hora:<br>9:56             |
| Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos |

Fuente: elaboración propia

Martes 11 de agosto de 2020

| <i>CORTE</i><br>1         | <i>CORTE</i> 2            | <i>CORTE</i> 3            | <i>CORTE</i> 4            | <i>CORTE</i> 5            | <i>CORTE</i> 6            | <i>CORTE</i> 7            | <i>CORTE</i><br>8         | <i>CORTE</i><br>9         | <i>CORTE</i><br>10        | <i>CORTE</i><br>11        |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Hora:<br>7:05             | Hora:<br>7:35             | Hora:<br>7:56             | Hora:<br>8:05             | Hora:<br>8:20             | Hora:<br>8:35             | Hora:<br>8:56             | Hora:<br>9:05             | Hora:<br>9:20             | Hora:<br>9:35             | Hora:<br>9:56             |
| Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>Minutos |

Fuente: elaboración propia

Miércoles 12 de agosto de 2020

| <i>CORTE</i><br>1 | <i>CORTE</i> 2 | <i>CORTE</i> 3 | <i>CORTE</i> 4 | <i>CORTE</i> 5 | <i>CORTE</i> 6 | <i>CORTE</i> 7 | <i>CORTE</i><br>8 | <i>CORTE</i><br>9 | <i>CORTE</i><br>10 | <i>CORTE</i><br>11 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Hora:<br>7:05     | Hora:<br>7:35  | Hora:<br>7:56  | Hora:<br>8:05  | Hora:<br>8:20  | Hora:<br>8:35  | Hora:<br>8:56  | Hora:<br>9:05     | Hora:<br>9:20     | Hora:<br>9:35      | Hora:<br>9:56      |
| Duración:<br>4    | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4    | Duración:<br>4    | Duración:<br>4     | Duración:<br>4     |
| Minutos           | Minutos        | minutos        | minutos        | minutos        | Minutos        | minutos        | minutos           | minutos           | minutos            | minutos            |

Fuente: elaboración propia

Jueves 13 de agosto de 2020

| <i>CORTE</i><br>1 | <i>CORTE</i> 2 | <i>CORTE</i> 3 | <i>CORTE</i> 4 | <i>CORTE</i> 5 | <i>CORTE</i> 6 | <i>CORTE</i> 7 | <i>CORTE</i><br>8 | <i>CORTE</i><br>9 | <i>CORTE</i><br>10 | <i>CORTE</i><br>11 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Hora:<br>7:05     | Hora:<br>7:35  | Hora:<br>7:56  | Hora:<br>8:05  | Hora:<br>8:20  | Hora:<br>8:35  | Hora:<br>8:56  | Hora:<br>9:05     | Hora:<br>9:20     | Hora:<br>10:35     | Hora:<br>10:56     |
| Duración:<br>3    | Duración:<br>3 | Duración:<br>4 | Duración:<br>3 | Duración:<br>3 | Duración:<br>3 | Duración:<br>4 | Duración:<br>3    | Duración:<br>3    | Duración:<br>3     | Duración:<br>3     |
| Minutos           | minutos        | minutos        | minutos        | Minutos        | Minutos        | Minutos        | minutos           | minutos           | minutos            | minutos            |

Fuente: elaboración propia

Viernes 14 de agosto de 2020

| <i>CORTE</i><br>1 | <i>CORTE</i> 2 | <i>CORTE</i> 3 | <i>CORTE</i> 4 | <i>CORTE</i> 5 | <i>CORTE</i> 6 | <i>CORTE</i> 7 | <i>CORTE</i><br>8 | <i>CORTE</i><br>9 | <i>CORTE</i><br>10 | <i>CORTE</i><br>11 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Hora:<br>7:05     | Hora:<br>7:35  | Hora:<br>7:56  | Hora:<br>8:05  | Hora:<br>8:20  | Hora:<br>8:35  | Hora:<br>8:56  | Hora:<br>9:05     | Hora:<br>9:20     | Hora:<br>9:35      | Hora:<br>9:56      |
| Duración:<br>4    | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4 | Duración:<br>4    | Duración:<br>4    | Duración:<br>4     | Duración:<br>4     |
| Minutos           | minutos        | minutos        | minutos        | Minutos        | Minutos        | minutos        | minutos           | minutos           | minutos            | minutos            |

Fuente: elaboración propia

**Segunda semana de monitoreo**

Lunes 31 de agosto de 2020

| <i>CORTE</i><br>1 | <i>CORTE</i> 2 | <i>CORTE</i> 3 | <i>CORTE</i> 4 | <i>CORTE</i> 5 | <i>CORTE</i> 6 | <i>CORTE</i> 7 | <i>CORTE</i><br>8 | <i>CORTE</i><br>9 | <i>CORTE</i><br>10 | <i>CORTE</i><br>11 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Hora:<br>7:05     | Hora:<br>7:35  | Hora:<br>7:56  | Hora:<br>8:05  | Hora:<br>8:20  | Hora:<br>8:35  | Hora:<br>8:56  | Hora:<br>9:05     | Hora:<br>9:20     | Hora:<br>9:35      | Hora:<br>9:56      |
| Duración:<br>3    | Duración:<br>3 | Duración:<br>4 | Duración:<br>3 | Duración:<br>3 | Duración:<br>3 | Duración:<br>4 | Duración:<br>3    | Duración:<br>3    | Duración:<br>3     | Duración:<br>4     |
| Minutos           | minutos        | minutos        | minutos        | Minutos        | Minutos        | minutos        | minutos           | minutos           | minutos            | minutos            |

Fuente: elaboración propia



## Martes 1 de septiembre de 2020

| CORTE 1                   | CORTE 2                   | CORTE 3                   | CORTE 4                   | CORTE 5                   | CORTE 6                   | CORTE 7                   | CORTE 8           | CORTE 9           | CORTE 10          | CORTE 11          |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Hora:<br>7:05             | Hora:<br>7:35             | Hora:<br>7:56             | Hora:<br>8:05             | Hora:<br>8:20             | Hora:<br>8:35             | Hora:<br>8:56             | Hora:<br>*N/A     | Hora:<br>*N/A     | Hora:<br>*N/A     | Hora:<br>*N/A     |
| Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>*N/A | Duración:<br>*N/A | Duración:<br>*N/A | Duración:<br>*N/A |

\* N/A: No aplica por transmisión del segundo Informe de Gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador.

Fuente: elaboración propia

## Miércoles 2 de septiembre de 2020

| CORTE 1                   | CORTE 2                   | CORTE 3                   | CORTE 4                   | CORTE 5                   | CORTE 6                   | CORTE 7                   | CORTE 8                   | CORTE 9                   | CORTE 10                  | CORTE 11                  |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Hora:<br>7:05             | Hora:<br>7:35             | Hora:<br>7:56             | Hora:<br>8:05             | Hora:<br>8:20             | Hora:<br>8:35             | Hora:<br>8:56             | Hora:<br>9:05             | Hora:<br>9:20             | Hora:<br>9:35             | Hora:<br>9:56             |
| Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>3<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos |

Fuente: elaboración propia

## Jueves 3 de septiembre de 2020

| CORTE 1                   | CORTE 2                   | CORTE 3                   | CORTE 4                   | CORTE 5                   | CORTE 6                   | CORTE 7                   | CORTE 8                   | CORTE 9                   | CORTE 10                  | CORTE 11                  |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Hora:<br>7:05             | Hora:<br>7:35             | Hora:<br>7:56             | Hora:<br>8:05             | Hora:<br>8:20             | Hora:<br>8:35             | Hora:<br>8:56             | Hora:<br>9:05             | Hora:<br>9:20             | Hora:<br>9:35             | Hora:<br>9:56             |
| Duración:<br>3<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos |

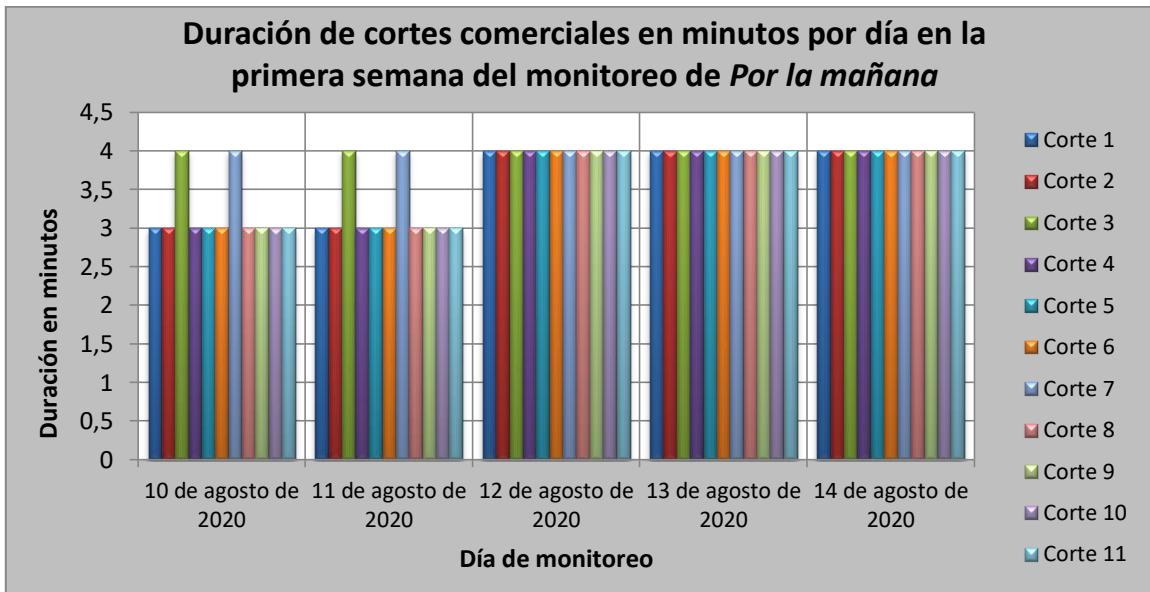
Fuente: elaboración propia

## Viernes 4 de septiembre de 2020

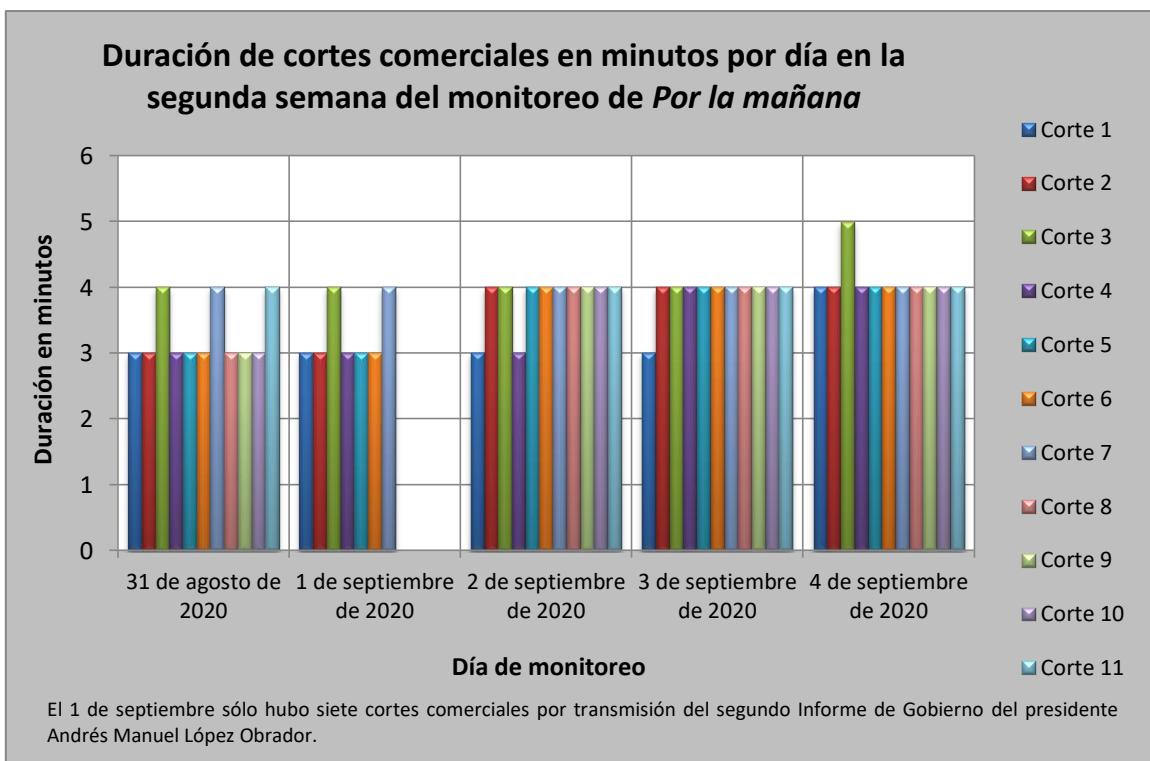
| CORTE 1                   | CORTE 2                   | CORTE 3                   | CORTE 4                   | CORTE 5                   | CORTE 6                   | CORTE 7                   | CORTE 8                   | CORTE 9                   | CORTE 10                  | CORTE 11                  |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Hora:<br>7:05             | Hora:<br>7:35             | Hora:<br>7:55             | Hora:<br>8:05             | Hora:<br>8:20             | Hora:<br>8:35             | Hora:<br>8:56             | Hora:<br>9:05             | Hora:<br>9:20             | Hora:<br>9:35             | Hora:<br>9:56             |
| Duración:<br>4<br>Minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>5<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos | Duración:<br>4<br>minutos |

Fuente: elaboración propia

La duración casi lineal dentro de los espacios de publicidad en las pausas comerciales que se escucharon en cada transmisión de *Por la mañana* marcada anteriormente, se puede examinar en las siguientes gráficas.

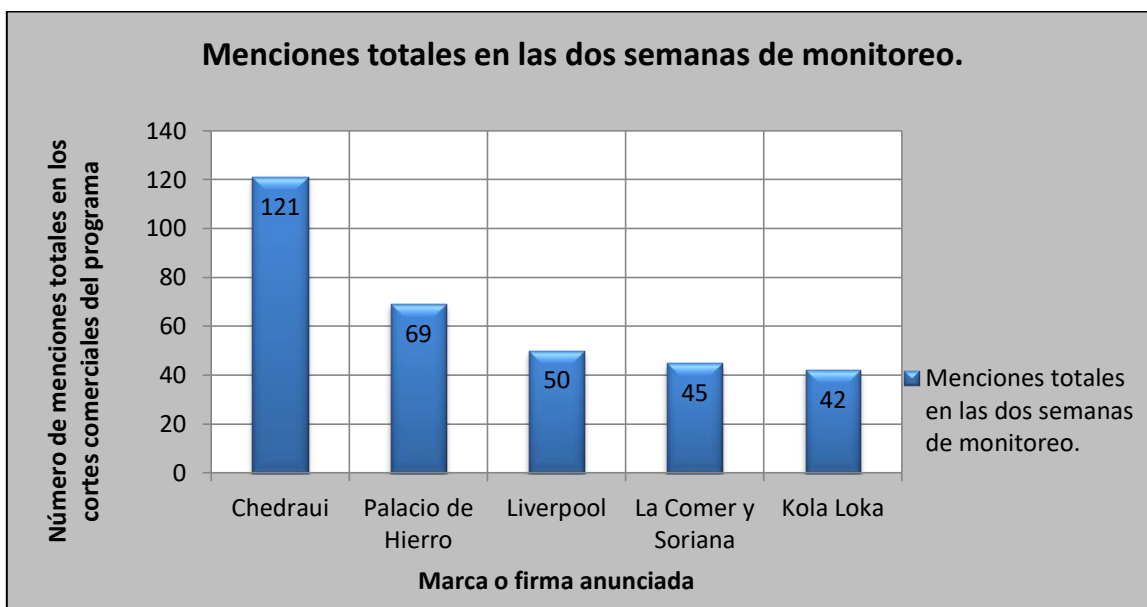


Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

En las tandas de publicidad que se escucharon en las emisiones de este programa se detectaron, en su mayoría, anunciantes de marcas y firmas que ofertan productos y servicios; instituciones educativas privadas, entidades bancarias, empresas de la industria automotriz, colchones, telecomunicaciones, telefonía móvil, televisión de paga, tiendas departamentales y de autoservicio. Entre los anuncios que presentaron menor recurrencia están; Dodge, SEARS, Office Depot, Sanborns, Volkswagen, KIA, Chrysler y Universidad ICEL. En tanto, el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) también tuvieron escasa frecuencia. Los anunciantes con mayor periodicidad destacaron: Chedraui, 121 menciones; Palacio de Hierro, 69; Liverpool, 50; La Comer y Soriana, 45 y Kola Loka con 42 menciones como se muestra en la siguiente gráfica.



Fuente: elaboración propia

Con respecto a la duración casi uniforme en los cortes comerciales, Ciro Gómez Leyva detalla que así es como se controlan los espacios publicitarios en todos los programas de Radio Fórmula y se debe a una política de operaciones que el grupo radiofónico aplicó aproximadamente entre 2003 y 2004, en la que se decidió interrumpir los contenidos en horarios precisos sin importar quién o

quiénes sean los titulares de la barra programática. El conductor asegura que esta medida es muy agresiva para el programa, sin embargo, es la única manera de sostener una disciplina comercial. Aunque hay excepciones en las que se puede invalidar esta estrategia, por ejemplo, si se tiene contemplada una entrevista especial o una cobertura, se avisa al área de continuidad y se obtiene permiso para poder omitir el corte comercial durante la emisión, como sucedió en noviembre de 2016 cuando la producción de *Por la mañana* tuvo frente a los micrófonos de la cabina a Guillermo Padrés, ex gobernador de Sonora en el periodo 2009-2015, quien se encontraba prófugo de la justicia, siendo investigado por enriquecimiento ilícito, ahí el político decidió anunciar que se entregaría para demostrar su inocencia y hubo una hora sin pausas publicitarias.

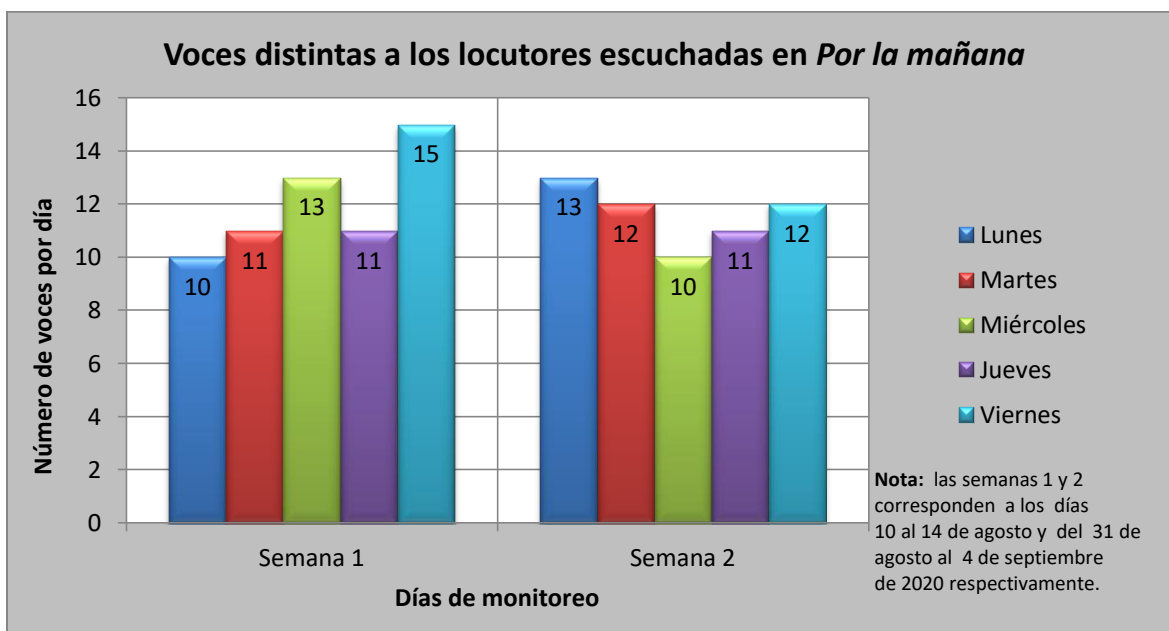
Además, Gómez Leyva afirma que las tandas de publicidad en las transmisiones son aprovechadas en su producción para organizar el siguiente bloque informativo, la siguiente entrevista, revisar y corroborar información que haya sido errónea o incluso para examinar las notas de los periódicos.

En las entregas de *Por la mañana* no existen reportes de tránsito y clima. Ciro refiere que su producción siempre se ha asumido como un programa de alcance nacional y para dar espacio a este tipo de información, tendría que existir una sección amplia de reporte meteorológico en todo el país. El conductor asegura que su programa es escuchado en diferentes ciudades de la República Mexicana como; La Paz, Baja California Sur; Saltillo, Coahuila; Fresnillo, Zacatecas; Acapulco, Guerrero y Oaxaca, en ese sentido, el conductor considera que no es de interés en todo México. Aunque si existe un problema que altera o afecta la circulación en el Valle de México, su equipo cubre la información con el enfoque al conflicto.

Resulta interesante que en las dos semanas que se examinó este programa no se identificó el uso de recursos sonoros que distingan a cada bloque informativo, a excepción de la música de fondo del artista o grupo en cuestión

cuando Ricardo López, colaborador del programa, hace su participación para mencionar las notas que refieren a bandas musicales o intérpretes solistas. Sin embargo, no se recurre a efectos de sonido que podrían identificar algunas secciones, por ejemplo, separadores en el resumen informativo o en el seguimiento de un tema o cobertura que los reporteros del programa desarrollan.

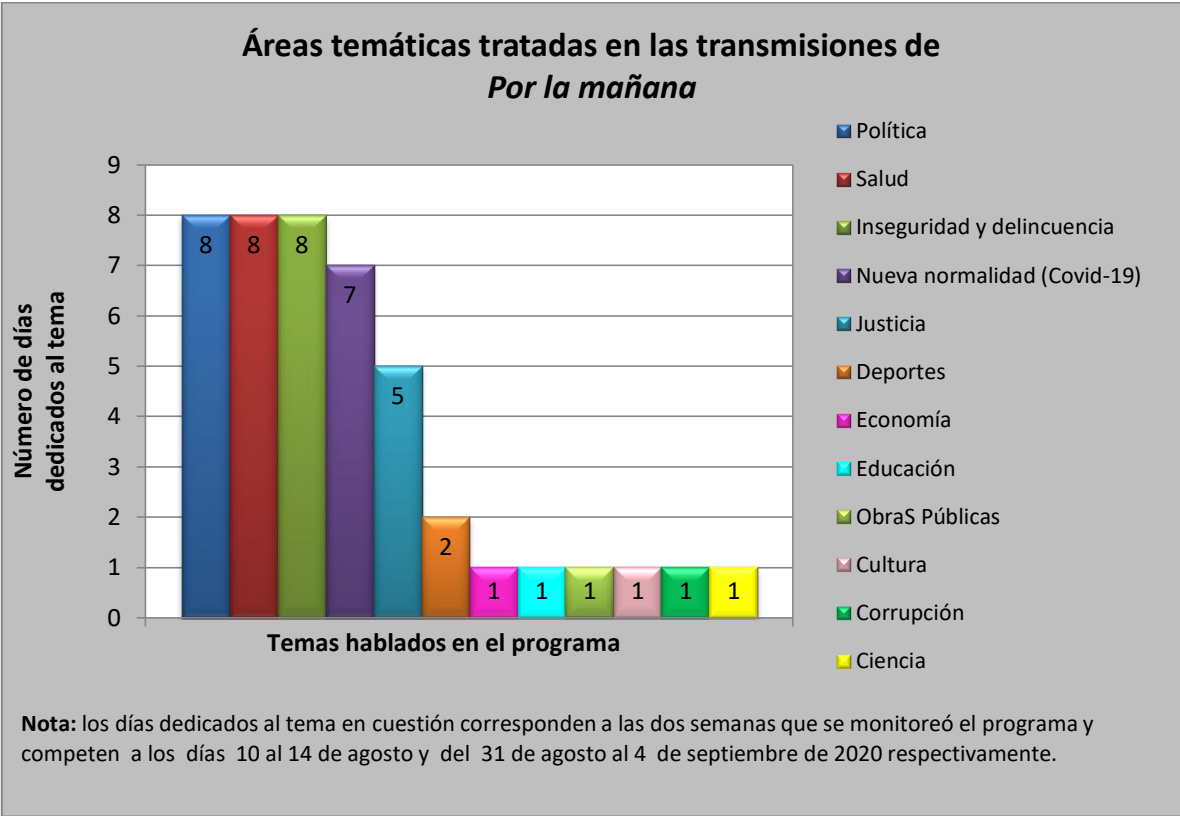
Aunque Ciro Gómez Leyva y Manuel Feregrino son los conductores principales en *Por la mañana*, también se escuchan voces distintas a ellos, las de sus colaboradores en distintos fragmentos, sin embargo, éstas no son las únicas. A lo largo de sus transmisiones se presentan entrevistas con diversos personajes que atienden áreas distintas y se perciben reporteros que trabajan en conjunto para diferentes programas de la emisora, éstas oscilan entre las diez y quince intervenciones por día como se observa en la siguiente gráfica.



Fuente: elaboración propia

Entre los temas que aborda la producción de este programa con menor periodicidad se encontraron; corrupción, deportes, ciencia, economía, obras públicas, cultura y educación. En tanto, las áreas temáticas a las que se le dedicó mayor espacio dentro de cada transmisión fueron asuntos de política, salud, la

nueva normalidad por la pandemia de Covid-19, justicia, inseguridad y delincuencia como se detalla a continuación.



Fuente: elaboración propia

En este sentido, Ciro señala que el criterio para definir los temas del programa es de su equipo y tratan de brindar a sus radioescuchas la información que suponen es de su interés.

Aunque durante las emisiones se distingue con frecuencia la entrevista como recurso periodístico, también se identificó que los reporteros del programa intervienen y presentan reportajes o crónicas en terreno. Ejemplo de esto es el trabajo que desarrolló Humberto Padgett para investigar el conocimiento que los habitantes del estado de Chiapas tenían con respecto a la pandemia por Covid-19 o las medidas sanitarias que la Secretaría de Salud ha emitido y en su labor descubrió la venta ilegal de gasolina en la misma entidad. También el reportaje

sobre la inseguridad y los asaltos en transporte público en el municipio de Naucalpan, Estado de México.

Gómez Leyva asume sus emisiones como un programa de noticias que trata de cubrir tres horas con material periodístico que supone es de interés general para quien los escucha. En este sentido, se enfocan en que sean transmisiones de información y no de opinión, aunque hay excepciones en los que el contexto de los acontecimientos requiere que se recurra a recursos del periodismo como mesas de debate, como sucedió con las elecciones presidenciales de 2018 o con el conflicto del proyecto del Aeropuerto de Texcoco, las cuales duraron seis y cuatro semanas respectivamente. Sin embargo, el conductor subraya que su equipo de producción trata de privilegiar más a los géneros del periodismo noticioso como la entrevista, el reportaje, la crónica y la cobertura en vivo.

Es común escuchar que hay asuntos a los que se le dedica espacio en más de un día y se desarrollan en varias emisiones. Giro asegura que esta dinámica es en función del interés que su equipo siente que despierta alguna temática. Ejemplo de ello, refiere, al principio del 2020 antes de la crisis del Covid-19, comenzaron a cubrir los problemas que surgieron con el nacimiento del Instituto de Salud para el Bienestar (Insabi) y los conflictos que iniciaron en los hospitales públicos con la desaparición del seguro popular, la producción notó una respuesta inusual por parte de la gente. Esto provocó que día con día se presentara más información del caso; reporteros cubrían el ambiente afuera de los nosocomios y también se realizaron entrevistas con especialistas en los meses de enero y febrero del mismo año. A esto se sumó la pandemia de coronavirus en el mes de marzo que el conductor señala como la gran agenda de esa anualidad.

Gómez Leyva sostiene que algunos asuntos tienen interés cierto tiempo entre la gente y éste se agota naturalmente por diversas causas. En este sentido,

el seguimiento a las áreas temáticas no depende del equipo de producción de su programa sino del interés que sigue despertando un tema.

Las conferencias matutinas que ofrece el presidente Andrés Manuel López Obrador de lunes a viernes en Palacio Nacional, ocupan siempre un espacio en las emisiones de este programa. Sophia Henríquez se encarga de monitorear en tiempo real cada una de las ruedas de prensa del mandatario y de forma continua comparte micrófonos para mencionar la información que surge de esta fuente. Al respecto, el conductor delibera que las también llamadas “mañaneras” del ejecutivo federal siguen siendo un hecho noticioso, relevante y novedoso en México, además de que ese es el espacio para hacer anuncios de su gobierno y en ocasiones ahí mismo le responden a sus declaraciones.

En el caso particular de *Por la mañana*, Ciro afirma que no hay un código establecido en la emisora para el contenido que se transmite al aire, existe un entendimiento de principios fundamentales del trabajo periodístico como no mentir, no insultar y ser responsables con la información que se desarrolla.

Con respecto a la participación de los radioescuchas en el programa, se identificó que Ciro Gómez Leyva leyó por lo menos en tres ocasiones la opinión de algún radioescucha al aire en distintos días, dentro de las dos semanas de monitoreo de sus emisiones, dos de esas menciones quedaron sin mencionar su autor. Pero fue el 1 de septiembre de 2020 cuando el conductor mencionó el nombre de quien escribió y a través de qué red social lo hizo. Fue el usuario de Twitter, Julián Andrade, que opinó sobre el desempeño del gobierno federal. Ese mismo día en la transmisión se anunció que la estación quedaría en cadena nacional para transmitir el Segundo Informe de Gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador.

Aunque durante las transmisiones de *Por la mañana* los conductores compartieron al aire otros medios de contacto como Facebook y una línea



telefónica de cabina, no se apreció alguna mención de participación de los radioescuchas por medio de estos canales.

Las redes sociales que se apreciaron en el entorno digital de esta emisión informativa no son propias de *Por la mañana*, sino de la emisora. Aunque en las semanas de monitoreo se encontró que esta frecuencia emplea cuatro redes sociales: Facebook, Instagram, YouTube y Twitter, en sus emisiones también se anunció al aire la cuenta personal de *Ciro Gómez Leyva*.

En entrevista para esta investigación, el conductor señaló que el mecanismo de interacción con los radioescuchas es a partir de los comentarios de éstos y detalla que su programa es de noticias, no de servicio social que atienda demandas de la gente. Debido a ello no se basan, generalmente, en éstas para fijar los temas que abordan, aunque en ocasiones la producción sí lo hace cuando las personas les envían información sobre problemas que parecen singulares o menores para un programa nacional, de los cuales han surgido buenos reportajes. La relación que mantiene el equipo de producción con su público es la de un medio de comunicación en donde la audiencia sintoniza la emisión y ésta ofrece temas que supone son de su interés.

*Gómez Leyva* señaló que Facebook, Twitter e Instagram son las tres redes sociales con las que su programa mantiene comunicación con los radioescuchas, sin embargo, aclaró que es una comunicación en la que la gente les hace saber observaciones y responden algunas de estas, pero el criterio para definir los temas del programa es del equipo de producción.

El uso que se le dio a las redes sociales de la emisora por parte de esta emisión radiofónica fue para compartir todos los días en Facebook y Twitter algunas notas informativas que se hablaron en el programa, y que se publicaron en la página web de *Grupo Fórmula*. En YouTube también se compartieron contenidos de *Por la mañana*, aunque con menor frecuencia. Sólo en dos

ocasiones se publicó ahí algún material; el primero fue de la declaración del presidente Andrés Manuel López Obrador sobre denunciar por corrupción a cualquier funcionario público en su conferencia de prensa matutina, lo cual Gómez Leyva señaló como un linchamiento y que además el mandatario está terminando con la presunción de inocencia. El video se titula *AMLO está institucionalizando el sacrosanto principio de linchamiento: Ciro Gómez Leyva*. Fue publicado en el canal *Grupo Fórmula* de esta plataforma el 31 de agosto de 2020 y tiene más de 81 mil reproducciones.

El 1 de septiembre del mismo año se publicó otro video en YouTube: *Asaltantes matan a sangre fría a pasajero de transporte público en Edomex*. En él se presenta un fragmento del programa de ese mismo día, en el que los conductores Ciro Gómez Leyva y Manuel Feregrino comentan con Humberto Padgett los hechos del viernes 28 de agosto de 2020 en donde un hombre muere en asalto a una unidad de transporte público en el municipio de Naucalpan del Estado de México. El material audiovisual tiene más de 39 mil reproducciones.

Por otra parte, Instagram resultó ser la red social con menor frecuencia de uso. En las dos semanas que se monitoreó el entorno digital del programa, sólo se detectó que en esta plataforma se publicó una infografía con las cifras de contagios y muertes a causa del Covid-19 en el mundo. Este contenido se compartió el 1 de septiembre de 2020. A continuación, se muestra el registro de actividad que *Por la mañana* realizó en las redes sociales del entorno digital de la emisora.

**Primera semana de monitoreo (agosto de 2020)**

| <b>Red Social</b> | Lunes 10 de agosto | Martes 11 de agosto | Miércoles 12 de agosto | Jueves 13 de agosto | Viernes 14 de agosto |
|-------------------|--------------------|---------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| <i>Facebook</i>   | ✓                  | ✓                   | ✓                      | ✓                   | ✓                    |
| <i>Twitter</i>    | ✓                  | ✓                   | ✓                      | ✓                   | ✓                    |
| <i>Instagram</i>  | ×                  | ×                   | ×                      | ×                   | ×                    |
| <i>YouTube</i>    | ×                  | ×                   | ×                      | ×                   | ×                    |

Fuente: elaboración propia

### Segunda semana de monitoreo (agosto-septiembre de 2020)

| Red Social       | Lunes 31 de agosto | Martes 1 de septiembre | Miércoles 2 de septiembre | Jueves 3 de septiembre | Viernes 4 de septiembre |
|------------------|--------------------|------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------------|
| <i>Facebook</i>  | ✓                  | ✓                      | ✓                         | ✓                      | ✓                       |
| <i>Twitter</i>   | ✓                  | ✓                      | ✓                         | ✓                      | ✓                       |
| <i>Instagram</i> | ×                  | ✓                      | ×                         | ×                      | ×                       |
| <i>YouTube</i>   | ✓                  | ✓                      | ×                         | ×                      | ×                       |

Fuente: elaboración propia

La aportación de complementos multimedia en las redes sociales de la frecuencia de este programa fue principalmente en Twitter y Facebook. Estos elementos fueron, en su mayoría, hipervínculos a contenidos propios de la página web de la emisora, en ellos se comparten las notas informativas de los temas que se hablaron en los bloques que lo componen. El material que se difunde incluye fotografías o videos propios de la emisión. En tres ocasiones se registró la difusión de contenidos de terceros como tuits del Gobierno de México, videos de Televisa y fotografías de otros usuarios de Twitter.

Otros elementos informativos como audios adicionales al programa o enlaces a sitios web de otros medios de comunicación quedaron descartados. Aunque la interacción en sus redes sociales está permitida, el público que participa de manera espontánea, al hacer observaciones o preguntas a las publicaciones que se realizan, no obtuvo respuesta a sus comentarios. Al respecto, *Ciro Gómez Leyva* mencionó, en entrevista para esta investigación, que responder a los usuarios en redes sociales demanda muchísimo tiempo, además de que su programa es periodístico, el cual informa y trata de hacer interesante la información y no una producción radiofónica de participación ciudadana. “Es como un periódico. Un periódico se edita y publicas tus notas. Tú sabrás si lo lees o no lo lees” subrayó el conductor.

*Gómez Leyva* mencionó que para dar respuesta a quien comenta las publicaciones en las redes sociales de la emisora, con respecto a la información

que se presentó en su programa, su producción necesitaría una cantidad de recursos que no tienen y tiempo que no sabe si estarían dispuestos a invertir para tener a dos o tres personas contestando a su nombre por el riesgo que se corre por lo que éstos responderían. En este sentido, recordó que algunas de las opiniones de sus radioescuchas son comentadas al aire. Acotó que su transmisión es un programa periodístico que trabaja la información, la presenta al público y éste tiene la facultad de tomarla o dejarla.

En el sitio web de esta emisora [www.radioformula.com.mx](http://www.radioformula.com.mx) se apreciaron contenidos del programa *Por la mañana*. Los recursos informativos que destacaron fueron las notas informativas y podcasts del programa con disponibilidad para su escucha posterior, aunque estos últimos se hallaron fragmentados en los momentos destacados o las entrevistas que se realizaron al aire, de tal manera que los radioescuchas que no pudieron escuchar el programa completo en tiempo real, no pueden consultar el programa íntegro en la página de internet de la estación radiofónica. Es importante señalar que toda vez que se recurre a este sitio para escuchar algún contenido, se reproduce un anuncio publicitario de manera automática antes de la información en cuestión.

Al respecto de la publicación de los podcasts del programa en la página web, Gómez Leyva destacó que el objetivo es tener un mayor alcance y por esa misma razón, el mismo contenido lo comparten en las redes sociales mencionadas anteriormente como YouTube, pero sobre todo en Twitter y en Facebook. El conductor reveló que la emisora le ha compartido algunos números con respecto al alcance de su programa de radio. En una buena mañana pueden alcanzar alrededor de un millón de personas que los escuchen en las tres horas de su transmisión y argumentó que, si a ese millón de personas se suman 3 mil que escucharon el podcast, 50 mil que escucharon una entrevista en Twitter, 14 mil que los vieron en YouTube o en Facebook, entonces se están multiplicando sus mensajes y señaló que su equipo produce el programa para un auditorio nacional de radio en *Por la mañana*, pero también para *Telefórmula* y las distintas redes

sociales. Actividad que prácticamente todos los programas de noticias también realizan.

Con relación al contenido de las notas informativas sobre temas que se abordaron en las transmisiones, y que posteriormente se publicaron en la página web, no se identificaron otros recursos multimedia como fotografías, infografías, hipervínculos a documentos que profundicen o a contenidos de otros medios de comunicación.

Es clara la relación que tiene en común la emisora, el programa *Por la mañana* y el internet. Al respecto, el conductor mencionó que, en su caso particular, ha utilizado el internet desde 1994 y cada vez le dio mayor posibilidad de investigar, de informar y posteriormente llegaron las redes sociales. Gómez Leyva considera que el internet es una herramienta más para investigar y las redes sociales son excelentes plataformas para reproducir sus mensajes. Además, rescató que, para su equipo de producción, el internet es lo que una cámara de televisión o un micrófono; un instrumento para producir, reproducir y tener interacción con radioescuchas.

En el equipo de producción de esta emisión no hacen distinción entre sus radioescuchas. El conductor recordó un estudio realizado aproximadamente hace dos años, en el cual se encontró que dos terceras partes de su público escuchan *Por la mañana* en sus automóviles, sobre todo en el Valle de México, la otra tercera parte lo hacen en su hogar. En este sentido, no hallan diferencia alguna si en una casa los escuchan en un teléfono celular inteligente con conexión a internet o si cuentan con un aparato eléctrico de radio de bulbos o de transistores.

En las emisiones de este programa radiofónico no se mostró en algún momento el recurso de la transmisión en vivo a través de las redes sociales, sin embargo, en la página web de la emisora sí. En punto de las 8:00 horas los días de transmisión de este programa, *Grupo Fórmula* inicia la transmisión de *Por la*

*mañana* a través de *Telefórmula* y en el sitio web de la emisora de forma paralela a la emisión radiofónica en la frecuencia 104.1 FM.

Ciro Gómez Leyva sostuvo que el lenguaje de radio y el de televisión son dos cosas distintas, las cuales son muy difíciles de armonizar porque la televisión requiere de forma fundamental emociones, puentes musicales o transiciones, y la radio no. Él y su equipo tomaron la decisión de hacer radio y así se lo transmitieron a los directivos de *Grupo Fórmula*. Ante el llamado de la empresa a transmitir el programa *Por la mañana* en la señal de *Telefórmula* y su página web, el conductor denominó a esta acción como una radio ilustrada, más no una producción televisiva.

En contraste, puso como ejemplo el programa *Imagen Noticias*, que también conduce y que se transmite de lunes a viernes a las 22:30 horas en el canal 3.1 de la televisión. Añadió que en la noche se produce televisión y reiteró que de las 7:00 a las 10:00 horas se produce radio y dos de esas tres horas las ilustran lo mejor que pueden, pero tampoco se invierten grandes recursos en esta actividad porque la facturación y el alcance de su programa es 9 a 1; radio contra *Telefórmula*, si no es que 9.5 a 0.5, por lo cual, no hay mayor reclamación. “Es un programa de radio. Así lo hemos vivido siempre, así lo seguiremos viviendo. Así lo planeamos, así lo producimos y así lo ejecutamos”, subrayó el conductor.

La radio ilustrada, presente en la página web de la emisora, se realiza con tres cámaras, para aportar información adicional al audio. Un ejemplo se observó cuando la producción presentó datos duros sobre las entidades de la República Mexicana que encabezaron la lista de asaltos en transporte público, al dar seguimiento a esta actividad ilícita que provocó la muerte de un pasajero en el municipio de Naucalpan, Estado de México; o las gráficas que sintetizaron los resultados de la encuesta México Elige, sobre la aprobación del presidente Andrés Manuel López Obrador, los gobernadores mejor y peor evaluados, así como la

revocación de mandato, entre otras, las cuales Gómez Leyva comentó con Aldo Campuzano, director de la encuestadora.

El conductor tiene clara su postura con relación a la fusión de la radio con la transmisión en vivo del programa con video a través de internet, mencionó que esto les permite potencializar el alcance para difundir sus mensajes. “Si nosotros en radio llegamos a cinco personas y en *streaming* llegamos a dos, para nosotros son cinco más dos. Son siete personas que están escuchando nuestra producción”, señaló.

*Por la mañana* es una propuesta de programa informativo de carácter nacional, que forma parte del cuadrante radiofónico de la Zona Metropolitana del Valle México. El conductor manifiesta que los radioescuchas objetivos de sus emisiones son personas de entre 18 y 75 años de edad, subrayó que dice 75 por poner una edad para determinar alguna cifra. En este sentido, considera que sus contenidos van enfocados a individuos que tienen interés en la información, a quienes buscan brindarles la información más completa y con el mayor rigor posible. Aunque en ciertas ocasiones, asegura que acompañan a la noticia con alguna valoración y un punto de vista a los temas que pueden resultar interesantes a sus radioescuchas.

Respecto a la audiencia más joven, Ciro afirmó, en entrevista para esta investigación, lo siguiente:

Si hiciéramos un programa pensando en chavos de veintiún años, ¿y qué hacemos con los de cuarenta, que son muchísimos? Entonces yo diría que sí, seguramente no es un programa para chavos de entre dieciocho y veinticuatro o veinticinco años, que no sé qué otro programa de radio escuchen –de noticias-, pero a partir de veinticinco años nos escuchan.

Además, el conductor señaló que una persona de 25 años de edad es un ciudadano que goza de tener criterio y si escucha su programa es porque está en

busca de un plus informativo. En este sentido, afirmó que su producción se dirige a adultos, sin importar si ese adulto tiene 25 o 63 años, porque los temas de interés son prácticamente los mismos; si se minimizan asuntos o complicaciones propios de la edad, comparten problemáticas en materia de economía, inseguridad o convivencia urbana.

El contenido informativo dentro de un noticiario de radio, según Ciro Gómez Leyva, debe tener cierta profundidad. Este espacio no es el indicado para reflexiones científicas o intelectuales amplias, los radioescuchas no buscan eso. Sin embargo, para hacer alguna reflexión, el conductor sugiere que ésta sea breve y con una enorme calidad. Además, señaló que a los reportajes que se presentan en *Por la mañana* no se les invierte meses de investigación para desplegarlos en un número determinado de capítulos, porque un noticiario radiofónico no es el espacio para dar a conocer ese tipo de pesquisas.

Gómez Leyva refirió que la emisora le comparte a su equipo de producción reportes de estudios sobre consumo de radio dos o tres veces al año, los cuales son muy estables por lo regular, y aseguró que el consumo de su programa en 2020 no es muy distinto al de 2015.

El 27 de septiembre de 2021 se conmemoran los 100 años de la radio en México. En este contexto, el conductor señaló que no tiene elementos para hablar respecto al panorama de la radio en general, sin embargo, con respecto a la radio informativa expresó que ésta goza de cabal salud.

Hoy es tan fuerte como pudo haber sido en el momento que tú quieras. Al menos desde que yo escucho radio informativa; finales de los 80, hoy hay muchos más programas de los que había entonces. Quizá haya más programas de los de las épocas de Gutiérrez Vivó, que los finales de siglo o principios de este siglo. Hay una variedad tremenda de programas, de contenidos y yo creo por los programas que de repente escuchamos -escuchamos fragmentos de los programas-, yo creo que se hacen buenos programas informativos en diferentes horarios. La radio



informativa mexicana hoy goza de tan buena salud como la que tenía hace cinco, diez, quince, veinte, quizá hace 25 años.

No creo que alguien pudiera decir hoy que hubo un mejor momento de radio informativa mexicana en su conjunto. Y además estoy hablando de los excelentes programas que hay fuera de la Ciudad de México; hay excelentes programas en Sinaloa, Baja California, Nuevo León, Veracruz, en Yucatán. Sé que en San Luis Potosí tienen excelentes programas también y en la Ciudad de México habrá programas con cierto auditorio -cuando menos en los diferentes horarios-, unos veinticinco que tienen un auditorio más o menos estable.

En la labor periodística en general existe la crítica al trabajo de los periodistas que realizan esta actividad sin importar el medio de comunicación en que se encuentren. La radio informativa y Ciro Gómez Leyva no son la excepción ante esta situación por parte de quienes no tienen en común los mismos ideales, ya sea la audiencia o los mismos colegas.

Al respecto, el conductor expresó que los años que tiene de trayectoria le han traído aprendizaje, el cual implica una tolerancia hacia la crítica. Subrayó que la crítica malsana de las redes sociales no la ve, sin embargo, el equipo que gestiona sus redes sociales le hacen saber toda vez que existe algo relevante o alguna tendencia que lo involucra. También detalló que ha aprendido a diferenciar quién hace una crítica con conocimiento del tema, con cierta neutralidad y quién no. “Hoy hay movimientos perfectamente bien organizados, sobre todo a través de las redes sociales y también de ciertos medios, cuyo objetivo es debilitarte para ver si pueden sacarte por esa vía”, concluyó.

La tarde que realicé la entrevista a Ciro Gómez Leyva para esta investigación, el conductor me hizo la invitación de acudir a la transmisión de su programa en vivo para poder ver cómo se desarrolla la producción. Días después acudí a las instalaciones de Radio Fórmula en Av. Universidad #1273, de la alcaldía Benito Juárez en la Ciudad de México. Ahí presencié como trabaja su equipo de producción.

La primera hora del programa se produjo radio, las dos horas restantes se incorporaron más elementos de la producción para ilustrar la radio –como lo llama Gómez Leyva-, a través de la página web de la emisora y de la señal de *Telefórmula*. Observé tres cámaras en funcionamiento, efectivamente, los colaboradores de la emisión comparten los micrófonos con el conductor para hacer su participación. En un monitor frente a los conductores contemplé el seguimiento que le dan a las conferencias matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador, el cual es sin audio. Mientras tanto, Sophia Henríquez monitorea a través su laptop con audífonos en tiempo real, lo que se informa en la rueda de prensa del mandatario federal para comentar al aire los datos que se dan a conocer en la conferencia matutina. Las entrevistas se realizaron vía telefónica, en tanto, ilustran con imagen móvil del interlocutor en cuestión. Durante los cortes comerciales, los conductores revisan periódicos impresos de circulación nacional y aprovechan para organizar el siguiente bloque.



Fuente: captura de pantalla *Por la mañana* en: [www.radioformula.com.mx](http://www.radioformula.com.mx)  
30 de octubre de 2020

Al término de la emisión, el reportero Humberto Padgett me hizo la invitación para quedarme a la junta de producción. En ésta, los colaboradores se organizan con la información que se presentará el siguiente programa; se dividen

las actividades, la información que cada uno cubrirá, los materiales que usarán para complementar su aportación y sugieren de forma proactiva los temas que son de interés periodístico. Todos aportaron ideas y apoyo en el supuesto de que alguno de ellos presentara inconvenientes para las tareas asignadas.

## **Carlos Loret de Mola en *Así las cosas con Loret* 96.9 FM**

Carlos Loret de Mola es conductor del programa de radio *Así las cosas con Loret* que se transmite en la programación de la frecuencia 96.9 FM con duración de 120 minutos que comprende de las 13:00 a las 15:00 horas de lunes a viernes.

En sus transmisiones se abordan principalmente temas políticos y sociales. Aunque también cuenta con una sección de deportes en cada emisión. El programa tiene tres conductores: Carlos Loret de Mola, quien se escucha en todo momento y dos colaboradores; Areli Paz y Christian Ahumada “El Duende”, quienes se escuchan de manera intermitente.<sup>4</sup>

En una rueda de prensa que publicó en su canal de YouTube el programa de televisión *Hoy*, Loret de Mola aseguró lo siguiente.

Vamos a buscar que tratándose de un horario de medio día –de una a tres de la tarde-, demos temas para la sobremesa. Que lo escuches y te quedes con algo. Que puedas después de comer, platicarlo y de más. Los temas centrales, las cosas que están sucediendo, análisis y un ejercicio de una libertad de expresión que creo que es momento de defenderla (García, 2019).

Para esta investigación también se monitoreó durante dos semanas las emisiones de *Así las cosas con Loret*. La primera semana corresponde del 17 al 21 de agosto y del 7 al 11 de septiembre de 2020. Este programa radiofónico fragmenta su contenido de 120 minutos en cuatro bloques con duración variable que van desde los 8 a los 46 minutos cada uno.

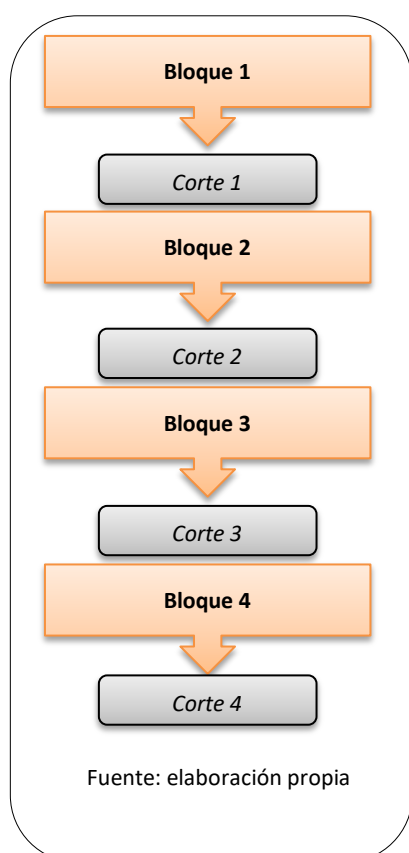
---

<sup>4</sup> Para esta investigación se trató de contactar a Loret de Mola a través de su asistente, Anargelia Hernández, vía correo electrónico. Sin embargo, la entrevista fue negada por parte del conductor. En este sentido, obtuve contacto con su coconductora, Areli Paz, por medio de su red social Instagram, pero tampoco aceptó a concederme la entrevista para brindar información.

Con base a las reflexiones de Araya sobre géneros y formatos radiofónicos, se propone definir al programa *Así las cosas con Loret* de Carlos Loret de Mola como un programa informativo con formato de noticiero.

Esta emisión se compone por cuatro bloques de información y cuatro cortes comerciales como se muestra en el *Esquema 3. Estructura de la transmisión Así las cosas con Loret*.

### Esquema 3. Estructura de la transmisión *Así las cosas con Loret*.



Las emisiones dan inicio en punto de las 13:00 horas. A veces, se escucha la rúbrica de la emisora y la del programa; en ocasiones, sólo una de las dos. A excepción del día 8 de septiembre de 2020, que no se identificó ni una ni otra.

En el primer bloque Carlos Loret de Mola da la bienvenida a los radioescuchas y presenta a sus colaboradores Areli Paz y *El Duende*. En este primer espacio nadie menciona avances de la información que se presentará a lo largo del programa.

Después de dar una breve bienvenida, Loret de Mola comienza la sección *cinco temas de sobremesa*. En este sentido, este espacio es el más extenso durante sus transmisiones debido que se presentan las notas que circularon en cada día respectivo o bien, que fueron tendencia en el quehacer periodístico. Aquí se presentaron de forma constante cinco puntos a tratar:

1. Nota sobre la pandemia, vacunas que se desarrollaron, actualización de cifras de contagios y muertes por Covid-19 en México y el mundo. Areli Paz se encarga de desglosar las estadísticas relevantes de la emergencia sanitaria.
2. Se presenta la nota deportiva a cargo del colaborador Alberto Lati. La información más frecuente es sobre la Champions Ligue, Fórmula 1, NFL y NBA.
3. Información de corte internacional. En los diez días de monitoreo de este programa, se identificó que esta nota se relaciona con hechos de la actividad política de Estados Unidos a cargo del colaborador Ariel Moutsatsos.
4. Nota sobre la política interna de México. Aquí destaca información que se dio a conocer en la conferencia matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador, procesos de registro de partidos políticos ante el Instituto Nacional Electoral (INE), reunión de gobernadores, etc.
5. Información referente a conflictos sociales, desapariciones, ejecuciones, manifestaciones principalmente en la Ciudad de México y el Valle de México.

Aunque esta sección alude sólo a cinco temas trascendentes, los cuales son perfectamente separados con cortinillas que los enumera, hubo ocasiones en las que dentro de un mismo asunto se desglosaron otros que provocan que este primer bloque sea demasiado extenso en comparación con los demás. Ejemplo de ello se escuchó el 21 de agosto y 9 de septiembre de 2020, días en los que este espacio tuvo una duración de 51 y 46 minutos respectivamente.

El primer día señalado la sección *cinco temas de sobremesa* Carlos Loret inició con la nota sobre el video filtrado en el que se aprecia a Pío López Obrador, hermano del presidente de México, recibir dinero de David León Romero. Aunado a esto, se reprodujo la declaración del ejecutivo federal respecto al tema en su conferencia matutina. Ahí, señaló que la procedencia de los recursos eran aportaciones del pueblo para fortalecer el movimiento. Sin embargo, el conductor

se limitó a revisar la cuenta de twitter de Pío López y mencionó que no había escrito algo referente al asunto, sin señalar si hubo algún esfuerzo por conseguir alguna entrevista o declaración del acusado. Contrario a esto, la reportera Verónica Méndez presentó las declaraciones de senadores panistas que tomaron postura al respecto. La misma actividad desplegó otro reportero, pero con legisladores del mismo partido (Partido Acción Nacional) en la cámara de diputados.

Christian Ahumada “El duende”, coconductor del programa se integró a la conversación para opinar del tema y hacer un sketch con el que describió —imitando la voz del presidente Andrés Manuel López Obrador— el video filtrado de Pío López Obrador y el de Emilio Lozoya. Por su parte, Carlos Loret agregó que, a diferencia del video de Lozoya, el del hermano del presidente no se reprodujo en la conferencia matutina del mandatario.

El segundo tema de esta sección fueron las declaraciones de Emilio Lozoya en las cuales se señala al ex gobernador de Veracruz, Javier Duarte, de haber regalado un automóvil Ferrari al ex presidente de México, Enrique Peña Nieto. Loret de Mola añadió que la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) no ha congelado las cuentas de León Romero ni de Pío López Obrador, lo que resulta fuera de contexto.

El tercer asunto de este apartado fueron las cifras de la pandemia por Covid-19. El conductor señaló que la cifra de muertes al 21 de agosto de 2020 fue de 59 mil 106; por lo cual estábamos a nada de llegar a la cifra catastrófica de 60 mil decesos, que mencionó meses atrás el subsecretario de salud Hugo López Gatell. Además, la coconductora Areli Paz mencionó algunas cifras de letalidad a nivel mundial por el coronavirus, avances de algunas vacunas en sus etapas de desarrollo. Aunado a esto, se aprovechó el espacio para reportar variaciones económicas de los meses de mayo y junio del mismo año tras la emergencia sanitaria.

El cuarto tema de sobremesa fue las encuestas previas a la elección de candidato presidencial en Estados Unidos. Steve Bannon se encontraba 8.6 puntos por debajo del ahora presidente Joe Biden. La nota estuvo a cargo de Ariel Moutsatsos, corresponsal de Televisa en Washington DC y colaborador de W Radio.

El último asunto de la sección fueron los deportes a cargo del colaborador Alberto Lati. Reportó que la Interpol emitió una ficha roja para la detención de Billy Álvarez, expresidente del equipo de fútbol Cruz Azul. También habló sobre los mencionó datos duros

El segundo día señalado con mayor duración en el primer bloque, la sección *cinco temas de sobremesa* inició con la suspensión temporal de la fase 3 de la vacuna contra Covid-19, desarrollada por el laboratorio AstraZeneca, por mostrar anomalías en un voluntario. Se reprodujo la declaración del subsecretario Hugo López Gatell, quien indicó que no hubo mexicanos participando en las pruebas voluntarias. Loret de Mola agregó que es una buena noticia porque el pausar y revisar la producción de la vacuna da confianza de tal manera que no salga peor una vacuna que la enfermedad. En tanto, Areli Paz mencionó cifras de muertos por Covid-19 a nivel mundial.

La segunda nota de este apartado fue a cargo del colaborador Ariel Moutsatsos, quien informó que un periodista estadounidense publicará un libro en el que asegura que el entonces presidente de Estados Unidos, Donald Trump, admite que era de su conocimiento que el virus de Covid-19 es muy peligroso y altamente contagioso, sin embargo, el mandatario no lo comunicó.

El tercer asunto fue la entrega del Paquete Económico a la Cámara de Diputados que incluye el Presupuesto de Egresos de la Federación 2021, por parte del secretario de Hacienda y Crédito Público, Arturo Herrera. Se escuchó



audio de la declaración del funcionario en el que asegura que debido a la pandemia por Covid-19, el sector Salud recibirá mayor apoyo. En este sentido, Valeria Moy, directora del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) y comentarista financiera del programa —como la llama Carlos Loret de Mola—, opinó sobre el crecimiento económico en México y señaló que el secretario Herrera es muy optimista. La colaboradora y el conductor conversaron sobre la deuda externa. Moy subrayó que siempre hay deuda, lo cual es normal, pero es confuso el discurso que asegure que ésta no exista.

El cuarto tema de esta sección en la emisión de *Así las cosas con Loret* fue la toma de las instalaciones de la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) en la Ciudad de México por parte de grupos feministas días anteriores, quienes aseguraron que las oficinas de la dependencia se volvieron un refugio para las mujeres víctimas de violencia. La reportera Sandra Tapia informó el ambiente que se vivió en el lugar de los hechos y mencionó que la secretaria de Gobernación, Olga Sánchez Cordero, se encontraba reunida con un colectivo de 10 feministas. Se escuchó la declaración de una de las manifestantes, quien aseguró que no estaban entregando el inmueble, sino que estaban dando oportunidad de que sacaran mobiliario y papelería importante.

El último asunto que forma parte de este espacio estuvo a cargo del colaborador Alberto Lati, quien abordó el tema de la Fórmula 1, e informó que el piloto Sergio Pérez dio a conocer que al finalizar la temporada 2020 saldría de la escudería Racing Point.

Algo interesante que se detectó en la emisión de ese día y en esta sección, fue la declaración de Loret de Mola: “El presidente López Obrador es una amenaza para libertad de expresión”, aseveró el conductor, luego de denunciar que fue atacado en la conferencia matutina del mandatario tras publicar su columna *Dos mafias que hicieron el mismo salto al mismo partido* en el periódico *El Universal*.

En la transmisión del día siguiente, cuando Carlos Loret dio la bienvenida a los radioescuchas, mencionó que su colaborador Christian Ahumada, “El Duende”, no estaría al aire. Sin embargo, minutos después, el coconductor se escuchó en la emisión y mencionó que tuvo algunos problemas de conexión, pero finalmente se pudo enlazar para estar en el programa.

El segundo bloque del programa arrojó una duración variable que va desde los ocho hasta los veinticinco minutos. Éste inicia después del primer corte comercial que, a su vez, duró entre cinco y ocho minutos. Aquí, se dedica el tiempo para presentar conversaciones en vivo vía telefónica con distintos personajes, en su mayoría de la vida política. En la primera semana de monitoreo que corresponde del 17 al 21 de agosto de 2021, se escucharon dos entrevistas, realizadas por Carlos Loret de Mola.

El 17 de agosto de ese mismo año, el conductor conversó con el gobernador de Colima, José Ignacio Peralta, del Partido Revolucionario Institucional (PRI), para hablar sobre las medidas sanitarias en su entidad, debido a la pandemia por Covid-19, entre las que se establecieron multas de entre tres y cuatro mil pesos por no usar cubrebocas. Además, platicaron sobre la reunión de gobernadores con el presidente Andrés Manuel López Obrador y el caso del exdirector de Petróleos Mexicanos (Pemex), Emilio Lozoya, quien señaló el 11 de agosto de 2020 en una denuncia ante la Fiscalía General de la República (FGR), a políticos priistas en una serie de actos de corrupción, declaración que fue filtrada a los medios de comunicación. Posteriormente, el conductor entrevistó al politólogo Sebastián Garrido sobre las cifras de Covid-19 en México; reducción de aplicación de pruebas de detección y casos positivos por el virus.

Al día siguiente, el conductor conversó con Marko Cortés, presidente del Comité Ejecutivo Nacional (CEN) del Partido Acción Nacional (PAN). En la charla telefónica, Cortés indicó que su partido presentó una denuncia ante la FGR por el

video filtrado en el caso Emilio Lozoya. En el material, Guillermo Gutiérrez, secretario privado del gobernador panista de Querétaro, Francisco Domínguez, se mostró recibiendo fajos de papel moneda, supuestamente para sobornos de la aprobación de la reforma energética. El presidente del CEN del PAN aseguró que el presidente Andrés Manuel López Obrador tiene un pacto de impunidad con el expresidente Enrique Peña Nieto.

También, Loret de Mola se enlazó vía telefónica con el periodista Javier Garza para platicar sobre las elecciones presidenciales en Estados Unidos.

El 19 de agosto de 2020, Carlos Loret entrevistó vía telefónica al consejero del INE Jaime Rivera para charlar sobre las elecciones en el estado de Hidalgo, entidad que se mantenía en color rojo, según el semáforo epidemiológico por la pandemia de Covid-19. Señaló las medidas sanitarias que se tomarían para quienes asistieran a los módulos. Destacó que las decisiones sobre las actividades electorales las tomaron las autoridades de salud y el INE.

Posteriormente, el conductor conversó con el doctor Luis Derbez, rector de la Universidad de las Américas de Puebla principalmente sobre la filtración del video en el que se muestra la entrega de los presuntos sobornos que el exdirector de Pemex, Emilio Lozoya, afirmó haber entregado a integrantes del senado entre 2013 y 2014. Derbez señaló que el material audiovisual se estropeó al hacerlo público antes de tiempo, además de que se le dio un uso mediático. Aunado a ello, habló sobre los estándares del sistema judicial, al menos hasta la administración del expresidente Peña Nieto, y aseguró que en México no se cree en las instituciones, por lo cual se está perdiendo la credibilidad en la institucionalidad.

El 20 de agosto de ese mismo año, Loret de Mola platicó a través de un enlace telefónico con el gobernador de Jalisco, Enrique Alfaro, sobre la reunión de gobernadores que forman parte de la Conferencia Nacional de Gobernadores (Conago) con el presidente López Obrador. Alfaro se quejó de que el ejecutivo

federal no atendió sus comentarios sobre energías limpias y decidió no quedarse al término de la junta para tomarse la fotografía. También señaló su posible salida de la Conago. En ese momento se cortó la llamada y el conductor se enlazó ahora con el exsenador panista Roberto Gil Zuarth. La charla se enfocó en la filtración de la declaración de Emilio Lozoya, “México es el único país de América Latina que va a hacer el ridículo en el caso Odebrecht”, subrayó Gil Zuarth.

Carlos Loret retomó la comunicación con el gobernador de Jalisco, Enrique Alfaro. El mandatario concluyó que la reunión de gobernadores con el presidente de México el día anterior, no fue para tratar el asunto del semáforo epidemiológico por la Covid-19, sino para hablar sobre los costos de la contingencia porque aseguró que los gobiernos estatales han estado haciendo frente a la emergencia sanitaria.

El día 21 de agosto de la misma anualidad, el conductor conversó vía telefónica con la senadora panista, Xóchitl Gálvez. Hablaron sobre la filtración de un nuevo video en el que se observa a Pío López Obrador, hermano del presidente de México, recibir dinero presuntamente para campañas electorales. La publicación del video fue en la misma semana en que se filtró la declaración ante la FGR del expresidente de Pemex, Emilio Lozoya. Al respecto, Gálvez manifestó que video del hermano del presidente es una burla, un mecanismo de financiamiento de campañas y que la corrupción debe ser castigada, sin importar quienes la practiquen.

En la segunda semana de monitoreo, que comprende del 7 al 11 de septiembre de 2020, el segundo bloque registró una duración variable que oscila entre ocho y veinticinco minutos. En esta ocasión se realizó sólo una entrevista en el segundo bloque. El día 7 en ese mismo mes, Carlos Loret conversó con el analista político Nathaniel Parish sobre las muertes por Covid-19 en México. Parish aseguró que 9 de cada 10 personas mueren sin ser conectados a un ventilador y el 70 por ciento de intubados también mueren; en Estados Unidos 9

de cada 10 infectados son intubados y, de esos pacientes, el 60 por ciento sobreviven. “Estar sin ventilador es como estar en el mar sin salvavidas”, expresó el analista; y agregó que, el hecho de haber camas disponibles en los hospitales, no quiere decir que el gobierno gane la batalla.

Al día siguiente, El conductor y *El Duende* comentaron la nota sobre la rifa del avión presidencial. El colaborador dijo que la aeronave no funciona porque tiene fallas mecánicas y además la venta de boletos fue un fracaso debido a que se vendieron 3 millones de boletos, equivalentes al 63 por ciento del total disponible. Además, se reprodujo al aire declaración del presidente López Obrador en donde dijo que se entregarían boletos para la rifa a cada uno de los mil hospitales Covid con recursos del Instituto para Devolver al Pueblo lo Robado.

Loret de Mola interrumpió la charla con su colaborador para enlazar la llamada telefónica con el Consejero Presidente del INE, Lorenzo Córdoba. La conversación se enfocó en la negativa del registro como partido político a la organización México Libre, que encabeza la ex primera dama Margarita Zavala. El argumento del Instituto Nacional Electoral se centró en las aportaciones de recursos a través de la aplicación móvil Clip, para hacer donativos a la organización. Córdoba especificó que es obligación de las organizaciones que aspiran a un registro, otorgar toda la información sobre las aportaciones que reciben, respecto a la declaración previa de Zavala, en la que señaló que México Libre proporcionó los últimos cuatro dígitos de las tarjetas bancarias que aportaron recursos y el INE podría investigar los datos completos. Carlos Loret cuestionó al consejero si el presidente Andrés Manuel López Obrador los presionó para tomar la decisión, a lo que Córdoba respondió que en su caso particular no fue así, y agregó que cualquier actor político ejerce presión.

Posterior a la entrevista, el conductor volvió a la conversación con *El Duende* sobre la corrupción de personajes allegados al presidente de México. Después, presentó la sección de deportes *Latitudes* a cargo de su colaborador Alberto Lati, quien habló sobre futbol soccer y la NFL.

El 9 de septiembre del mismo año, Loret de Mola entrevistó a Roselyn Lemus-Martín, doctora en Biología Molecular por la Universidad de Oxford. Hablaron sobre la interpretación de la suspensión del desarrollo de la vacuna contra Covid-19 a cargo del laboratorio AstraZeneca y esta universidad, luego de que en el proceso de pruebas un voluntario se enfermó. Lemus-Martín señaló los malestares que presentó el individuo e hizo la recomendación de que las personas se vacunen contra la Influenza para contribuir a discernir el diagnóstico a los médicos.

Un día después, en este bloque se escuchó al conductor conversar vía telefónica al gobernador panista de Chihuahua, Javier Corral. La entrevista se centró en el enfrentamiento que tuvo la Guardia Nacional (GN) con habitantes de esa entidad, el cual dejó como saldo una mujer muerta y un hombre en terapia intensiva. El mandatario expresó que el presidente López Obrador estuvo mal informado y aseguró que la Fiscalía General del Estado de Chihuahua inició una investigación, enfatizó que las pruebas no apuntaron a la declaración del ejecutivo federal, quien aseguró que detrás del conflicto hay intereses políticos y que estaría pendiente de las declaraciones de la GN.

Además, en esa misma emisión de *Así las cosas con Loret*, el conductor mencionó en su primer bloque que el gobernador de Chihuahua dijo que sería complicado cumplir con el suministro de agua al estado y a Estados Unidos. Sin embargo, en la entrevista, el mandatario estatal declaró que el abastecimiento del vital líquido a ese país se cumpliría y de ninguna manera se dejaría sin agua a los agricultores de su entidad.

En este sentido, la producción del programa no presentó información de contrapeso, tampoco alguna comunicación con elementos de la Guardia Nacional ni de la Comisión Nacional del Agua, con el fin de poder brindar más información a sus radioescuchas.

Antes de ir a corte comercial, Carlos Loret presento la sección Análisis con la periodista María Scherer. De forma muy breve conversaron vía telefónica sobre el caso de la organización México Libre, la cual no obtuvo el registro como partido político, también sobre el Partido Revolucionario Institucional (PRI), y el Partido Acción Nacional (PAN). La conversación duró alrededor de cuatro minutos.

El 11 de septiembre de 2020, Carlos Loret de Mola se enlazó a través de una llamada telefónica con Martha Delgado, subsecretaria de Asuntos Multilaterales y Derechos Humanos de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Ambos platicaron sobre el desarrollo de la vacuna de AstraZeneca, Delgado mencionó que no hay estimación del tiempo que podría retrasarse la vacuna debido al voluntario que presentó reacciones secundarias en las pruebas. Así mismo, señaló que existen siete vacunas de diferentes laboratorios y países que México tiene como opciones para recurrir a ellas, además de la que desarrolla AstraZeneca. También subrayó que cualquier vacuna que ingrese a nuestro país, debe tener aprobación de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris).

Antes de la pausa comercial, Loret de Mola presentó la sección Latitudes con el colaborador Alberto Lati. Platicaron sobre los partidos de la Champions League del fin de semana, de los juegos de futbol mexicano y del futbolista uruguayo Edinson Cavani, quien participó en un video de una campaña de promoción del ballet de aquel país para romper estereotipos.

Dentro de las dos semanas de monitoreo de esta producción radiofónica, el segundo bloque incluyó a las secciones *Análisis* y *Latitudes* de manera irregular. En la primera semana se incorporaron dos entrevistas y en la segunda, sólo una.

En tanto, el tercer bloque de las emisiones también fue dedicado a presentar entrevistas, se escucharon intervenciones de reporteros que dan alguna

nota y se detectó que en este espacio tuvo mayor recurrencia la sección *Impresentables de El Duende* la cual se detectó en seis de los diez días de monitoreo.

El 17 de agosto de 2020, Loret de Mola entrevistó a Carlos Salazar Lomelín, presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE). Ambos platicaron sobre el plan de la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF), de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), en el que se busca el uso de medios digitales para transacciones de dinero y enfocarse en el uso que se le da.

Carlos Loret también conversó con el ex diplomático mexicano en Estados Unidos, Gerónimo Gutiérrez sobre los candidatos y sus estrategias principales en ese país, rumbo a las elecciones presidenciales que se realizaron el 3 de noviembre de ese mismo año.

Antes de ir al corte comercial, Areli Paz hizo un resumen de la información que hasta el momento se ha tratado en el programa. En éste, se reproducen declaraciones de los entrevistados que han participado en el programa.

Al día siguiente, el conductor entrevistó al gobernador priista de Hidalgo, Omar Fayad. A través de una llamada telefónica, el mandatario habló sobre el semáforo sanitario en su entidad, el cual pasó de estar en color naranja a rojo, lo que provocó posponer las elecciones en el estado del 5 de septiembre de 2020 a octubre del mismo año y, especificó que en ese lapso se nombrarían consejos de administración en funciones mientras entra la nueva administración. Loret de Mola retomó el caso de Emilio Lozoya y la filtración de su declaración ante la FGR, al respecto, Fayad manifestó que no es un asunto de persecución política por parte del presidente López Obrador.

En este mismo espacio del programa se escuchó la sección *Impresentable de El Duende*, en la cual, el colaborador comenta algunas notas. En esta ocasión,



señaló que el presidente Andrés Manuel dijo en su conferencia matutina que la delincuencia disminuyó tras la captura de El Marro, líder del cártel de Santa Rosa de Lima. Sin embargo, el periódico *El Universal* mostró que la violencia en Guanajuato no ha bajado.

También se identificó que hubo intervención de los reporteros Evangelina Hernández y Jaime Obrajero, quienes aportaron información sobre la investigación que abrió la Unidad de Inteligencia Financiera por el uso irregular de recursos durante la administración de Miguel Ángel Mancera en la Ciudad de México y la petición por parte de la Cámara de Diputados para esclarecer la filtración del video escándalo de corrupción del caso Lozoya. Los legisladores pidieron que los involucrados en el video sean citados a declarar para saber quién los mandó a recibir el dinero, respectivamente.

En este sentido, Carlos Loret de Mola se enlazó vía telefónica con el ex Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, Miguel Ángel Mancera, quien respondió a los señalamientos de su administración en la que se hizo uso irregular de los recursos. El ahora senador por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) negó la acusación. Nuevamente, el conductor preguntó a su interlocutor qué opinión tiene sobre los videos de corrupción filtrados en el caso Lozoya. Mancera expresó que el asunto podría seguir en secrecía, además de que los señalados mantienen su derecho a la defensa y que el tema no le parece ser una persecución política por parte del presidente Andrés Manuel López Obrador.

En tanto, el 19 de agosto de 2020, este segmento de la emisión inició con la sección *Impresentable de El Duende*, el colaborador comentó que el gobernador morenista de Puebla, Miguel Barbosa, aseguró no haber tenido contacto con Emilio Lozoya, sin embargo, hay fotografías del mandatario con el expresidente de Pemex y otros elementos del Partido Revolucionario Institucional (PRI), como Jesús Murillo Karam.

En un enlace telefónico, Loret de Mola conversó con Luis Niño de Rivera, presidente de la Asociación de Bancos de México. Hablaron sobre la declaración del Banco de México que manifiesta que las instituciones bancarias deben prepararse para la morosidad de pagos por la pandemia de Covid-19. En ese sentido, Niño de Rivera subrayó que el Banco de México ha mantenido buena actividad, se han puesto en marcha programas de activación de hoteles y la banca es sólida a pesar de la emergencia sanitaria.

Antes de la tanda publicitaria, el conductor presentó la sección *Análisis* con la periodista María Scherer. Aquí, se dedicaron especialmente a platicar las acciones del gobierno con respecto al video filtrado de sobornos en el caso Lozoya. “El Partido Acción Nacional está manchado”, concluyó Scherer.

Al siguiente día, el conductor entrevistó al gobernador panista de Tamaulipas, Francisco García Cabeza de Vaca y al expresidente Felipe Calderón. Con el primero platicó sobre su mención en la declaración de Emilio Lozoya, quien aseguró que desconoce si hubo corrupción para aprobar la reforma energética del expresidente Enrique Peña Nieto. Agregó que a nunca aparecerá en videos recibiendo sobornos ni saludando a madres de narcotraficantes, refiriéndose al presidente López Obrador cuando se le captó saludando a la mamá de Joaquín, “El Chapo” Guzmán.

En la charla que Carlos Loret sostuvo con el exmandatario federal, ambos hablaron sobre el caso Lozoya. Calderón aseguró que, si su nombre se ve involucrado, lo atribuye a una orden del presidente López Obrador, quien en palabras del entrevistado, orquestó el asunto de corrupción que declaró el expresidente de Pemex. “Es una revancha política”, expresó Felipe Calderón. Sin embargo, también aceptó que no leyó por completo la declaración filtrada respecto al asunto en cuestión.

El conductor mencionó que también Luis Videgaray, secretario de Hacienda en el sexenio de Enrique Peña Nieto, apuntó, a través de una carta, que las acusaciones hacia él, respecto al mismo caso, son falsas y señaló a Emilio Lozoya y su familia como únicos responsables del asunto, aunque el exfuncionario manifestó estar dispuesto a contribuir para esclarecer la situación.

Posteriormente, Carlos Loret de Mola se enlazó vía telefónica con Héctor Aguilar, director de la revista *Nexos*. Platicaron sobre la multa de casi un millón de pesos y la inhabilitación durante dos años a este medio de comunicación por parte de la Secretaría de la Función Pública, luego de que la editorial violó la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público al presentar datos falsos en una adjudicación directa en 2018 al Instituto Mexicano del Seguro Social. En dicha sanción, las dependencias de la Administración Pública Federal, así como las entidades federativas no podrán aceptar propuestas, ni celebrar contratos con *Nexos* durante el lapso establecido. Al respecto, Aguilar atribuyó al gobierno federal la descalificación de periodistas, información y medios de comunicación.

El 21 de agosto de 2020, este segmento de la emisión tuvo lugar para la sección *Impresentables de El Duende*. El colaborador aprovechó el espacio y su habilidad de imitador para realizar un sketch sobre el caso del video en que se observa a Pío López Obrador, hermano del Presidente Andrés Manuel López Obrador, recibir dinero en un supuesto destino a actividades electorales del partido Morena en Chiapas en 2015, por parte de David León Romero, coordinador Nacional de Protección Civil en 2018, quién previo a la filtración del video, fue designado por el ejecutivo federal como titular de la nueva empresa estatal encargada de distribuir medicamentos y equipos médicos. El mandatario, ese mismo día en su conferencia matutina, aseguró que ya tenía conocimiento de la existencia del video porque días antes el propio David León lo alertó sobre la publicación del material a través de una llamada telefónica. La escena humorística, de alrededor de ocho minutos de duración, consistió en la imitación de la llamada

que López Obrador refirió. Mientras se desarrollaba el acto, se escuchó a Loret de Mola reír abiertamente al micrófono en diversas ocasiones.

Al concluir el sketch, el conductor conversó vía telefónica con Benito Nasif, ex consejero del INE. Platicaron sobre el video en el que se aprecia recibiendo dinero al hermano del presidente. Nasif explicó que en esos casos el INE impone una multa al partido en cuestión por recibir los recursos, además de avisar al Servicio de Administración Tributaria (SAT), de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. También subrayó que si el dinero proviene del gobierno es delito de peculado, mientras quien lo recibe comete un delito electoral con una pena que va de cinco a doce años de prisión.

Durante la segunda semana de monitoreo, el 7 de septiembre de 2020, en esta producción radiofónica se escuchó a Loret de Mola entrevistar a Margarita Zavala, dirigente de México Libre, para platicar sobre la negativa a su organización como partido político por parte del INE. La también ex primera dama de México expresó que el suceso fue como cambiar las reglas a la mitad del juego. El conductor le cuestionó si cree que el presidente López Obrador “dobló” a los consejeros del Instituto Nacional Electoral para tomar su decisión, pero Zavala no respondió a su pregunta y aseguró tener fe en el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) para dar resolución a la impugnación que hizo ante este órgano especializado para resolver controversias electorales. Sin embargo, subrayó que la negación de registro por parte del INE es un golpe a los mexicanos.

Con respecto a la aportación de recursos no identificados a su organización, Zavala defendió que todas las contribuciones mediante la aplicación móvil Clip son identificables. Una vez más aseveró que procedería ante el TEPJF. Semanas después, el Tribunal Electoral también negó el registro como partido político a México Libre. Al respecto, el TEPJF informó lo siguiente.

Al no acreditar el origen de aportaciones en efectivo, atentó contra principios en materia de fiscalización, lo cual resultó determinante para la no concesión de su registro (*Forbes Staff*, 2020).

El 8 de septiembre de esa misma anualidad, Loret de Mola recordó el 90 aniversario de la W Radio. Enseguida se enlazó vía telefónica con Martín Orozco, gobernador panista de Aguascalientes. La charla se tornó a la salida del mandatario de la Conferencia Nacional de Gobernadores (Conago). Orozco aseguró que el mecanismo está agotado y que al presidente López Obrador no le gusta dialogar con la oposición.

Carlos Loret también conversó con Luis Estrada, director de SPIN Taller de Comunicación Política (SPIN-TCP). Platicaron sobre la rifa del avión presidencial que anunció el presidente de México. En esta intervención el conductor se rio abiertamente al micrófono cuando Estrada comentó que ese mismo día, el director de la Lotería Nacional, Ernesto Prieto, habló durante un minuto con veintidós segundos al hacer su reporte sobre la rifa en la conferencia matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador.

Antes de ir al corte comercial, la colaboradora Areli Paz hace un resumen de la información que se ha presentado en la emisión hasta ese momento, aunque también agregó datos que no fueron mencionados en el programa.

El 9 de septiembre el conductor platicó vía telefónica con Raúl Ferráez, director de la revista *Líderes Mexicanos*, para platicar sobre la lista de los 300 líderes más influyentes de México 2020. Ferráez sostuvo que los empresarios son quienes menos se mueven en el listado.

También se escucharon las secciones *Impresentables de El Duende* y *Latitudes* con Alberto Lati. En la primera, *El Duende* comentó que el gobernador de Morelos, Cuauhtémoc Blanco, dijo mal su cálculo, pues en una declaración, éste señaló que en su estado se habían capturado 7 de 10 delincuentes y aseguró

que faltaban 4 por aprehender. Así mismo, el colaborador también hizo la observación de que el secretario de Hacienda, Arturo Herrera, apareció usando un reloj de pulso de la marca suiza *IWC Schaffhausen* con valor de 121 mil pesos mexicanos.

Por otra parte, el colaborador Alberto Lati se limitó a su aportación deportiva. Comentó sobre el fútbol mexicano, el basquetbol de la NBA, la Liga de las Naciones de la UEFA y algunos goles de Cristiano Ronaldo.

En la emisión del siguiente día, Carlos Loret platicó con Jacobo Dayán, especialista en Derechos Humanos y profesor en la Universidad Iberoamericana, para charlar sobre la consulta ciudadana para enjuiciar o no a expresidentes de México. Dayán expresó que la justicia no se pone a consulta y comentó que la pregunta a consultar tiene que abonar a la justicia y no sólo a encausar a expresidentes, sino también a gobernadores y legisladores. Aseguró que estas prácticas pretenden aportar a la ética del presidente Andrés Manuel y no la justicia y sentenció que la pregunta que pretende hacer el mandatario federal no sería avalada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN).

El conductor entrevistó al ex gobernador panista de Baja California, José Guadalupe Ozuna Millán, a través de un enlace telefónico, Ozuna reaccionó ante las declaraciones del actual gobernador morenista de esa entidad, Jaime Bonilla, en las cuales lo acusa de enriquecimiento ilícito. El ex mandatario aseguró que el gobierno no tolera las críticas. “Los políticos de Morena son una porquería”, concluyó.

En este mismo segmento del programa se volvió a escuchar la sección *Impresentables de El Duende*. En esta ocasión el colaborador presentó la nota sobre los integrantes de la CNTE de Veracruz instalaron un plantón en el Zócalo de la Ciudad de México, con el cual pidieron la revocación de la reforma educativa y la reinstalación de profesores que perdieron sus plazas.

Aunado a esto, *El Duende* también comentó que elementos de la policía municipal de Nezahualcóyotl, Estado de México, agredieron a una enfermera del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), quien pedía ayuda para trasladar a su hija a un hospital y que fueran atendidas.

Antes de finalizar este fragmento de la emisión, Loret de Mola retomó el asunto sobre las medidas contra Covid-19, propuestas por ex secretarios de Salud, información que mencionó al iniciar el programa. Al respecto, el conductor conversó con Salomón Chertorivski, ex secretario de Salud en la administración de Felipe Calderón. Ambos platicaron con relación a las declaraciones del subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Hugo López-Gatell, sobre las medidas sugeridas por el grupo de ex funcionarios. Loret de Mola expresó que López-Gatell minimizó las sugerencias que le plantearon. Sin embargo, Chertorivski aceptó que el partido Movimiento Ciudadano alentó la formación de las estrategias sugeridas

El 11 de septiembre de 2020 el conductor entrevistó vía telefónica a Elena Hernando, manifestante en las instalaciones de Derechos Humanos en el municipio de Ecatepec, Estado de México. La pregunta precisa que Loret hizo a la entrevistada fue si la molestia de las feministas era con el gobierno Federal o con el del estado Hernando respondió que con ambos gobiernos por no tener atención de alguno de los dos. La comunicación se cortó y la producción no volvió a contactar con su interlocutora.

El conductor platicó con Rodrigo Espeleta, secretario de Derechos Humanos en el Estado de México. Platicaron sobre las detenciones de feministas. En este sentido, el secretario señaló que las mujeres que resultaron agredidas durante la manifestación en la entidad serían acompañadas a denunciar los hechos por abuso de poder y aseguró que sí habría diálogo con el gobernador

mexiquense Alfredo de Mazo Maza, además de que la instrucción del mandatario fue atender las demandas de las manifestantes.

En el último segmento de las emisiones también se dedica tiempo a las entrevistas que Carlos Loret de Mola realiza a diferentes personajes. En la primera semana, el 17 de agosto de 2020, el conductor conversó con el médico Guillermo Domínguez, sobre el uso del primer ventilador hecho en México para pacientes contagiados por Covid-19, las acciones que han funcionado para prevenir la infección con el virus y los picos de contagio en México.

Al día siguiente, Areli Paz presentó el resumen informativo con información que se dio a conocer en el programa y datos que no tuvieron mención dentro de la emisión. Enseguida Carlos Loret platicó vía telefónica con el escritor Mauricio Merino, quien opinó sobre el caso Lozoya que se ha mencionado en páginas anteriores. Merino sostuvo que no es lo mismo hacer justicia que hacer política, además, mencionó que Andrés Manuel López Obrador, antes de ser presidente de México mencionó que no habría persecuciones y a su vez se haría justicia, sin embargo, ahora pide que salgan los videos a la luz, aunque eso irrumpa el debido proceso, con respecto al caso Lozoya. En tanto, sobre las muertes en nuestro país por Covid-19, Merino subrayó “No son muertos del presidente, son muertos del virus. El virus no lo hizo el presidente”.

El 19 de agosto de 2020, Areli Paz realizó un resumen con la información que se ha presentado en el programa. Acto seguido, en la sección Latitudes, Alberto Lati habló sobre fútbol de la Champions League y basquetbol de la NBA.

Loret de Mola se enlazó vía telefónica con el doctor Malaquías López Cervantes, miembro de la Comisión Universitaria para la Atención de la Emergencia Coronavirus de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). López Cervantes aseguró que la disminución de los casos positivos de contagio se debe a la escasez de pruebas para detectar al virus.



El 20 de agosto de esa misma anualidad, la producción de *Así las cosas con Loret* se enlazó con el gobernador morenista de Puebla, Miguel Barbosa. El mandatario conversó sobre los señalamientos de su presunta participación en actos de corrupción desde el senado para la aprobación de la reforma energética. Aseguró que las acusaciones son falsas. Sin embargo, Loret de Mola recordó que salieron a la luz unas fotografías en las cuales se observa a Barbosa junto al ex director de Pemex, Emilio Lozoya y otros priistas. En este sentido, el gobernador refutó que las imágenes son de una ocasión en la que el ex presidente Enrique Peña Nieto llegó al senado acompañado de todo su gabinete.

En este segmento se escuchó la sección *Impresentables de El Duende*. El colaborador comentó que la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) retiró el nombramiento de director de difusión en el área de Comunicación Social a Arturo Tapia Lugo, luego de que fue captado al golpear a empleadas de una tienda. Además, dijo que el ex presidente de México, Vicente Fox arremetió en las redes sociales contra el ex presidente de Estados Unidos, Donald Trump. Fox compartió un audio en el que pide no votar por Trump para su reelección.

*El Duende* hizo un sketch en donde imitó la voz del presidente López Obrador para dar la bienvenida al periodista Diego Petersen, quien se incorporó a la cadena de W Radio en Jalisco. A través de una llamada telefónica, Petersen comentó con los conductores el caso de la filtración de la declaración de Emilio Lozoya ante la Fiscalía General de la República (FGR) y las elecciones en México en 2021.

En tanto, el día 21 de agosto de 2020 se detectó que los días viernes el programa presenta la sección *Cinco para llevar*. En este fragmento de la emisión, Carlos Loret de Mola y sus colaboradores ofrecen alguna recomendación de cualquier tipo a sus radioescuchas. Valeria Moy recomendó la serie *En pocas*

*palabras*, de la plataforma de streaming *Netflix*. Señaló que en la producción audiovisual se explican distintas cosas en poco tiempo.

*El Duende* recomendó la serie *La maravillosa Sra. Maisel* en la plataforma de internet *Amazon Prime*. En tanto, Areli Paz sugirió a los radioescuchas *Pingomanía*, un establecimiento en la colonia Del Valle de la Ciudad de México con medidas sanitarias de sana distancia para ir a comer pastas, ensaladas o ramen. Mientras tanto, Carlos Loret recomendó ver el partido de la final de la *Champions League*; Francia contra Alemania y, disfrutar de carne asada con papas a la francesa, además, detalló la receta para preparar una salsa especial.

Posteriormente, Loret de Mola conversó vía telefónica con José Antonio Crespo, analista y politólogo, sobre los videos de corrupción filtrados del caso Lozoya y del hermano del presidente Andrés Manuel López Obrador. Crespo subrayó que el nombre del mandatario no se ensucia porque va pisando cabezas de otros involucrados.

Con respecto al mismo asunto, el conductor platicó después con la investigadora del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), Alexandra Zapata, quien sostuvo que los recursos económicos recibidos en el tema del hermano del presidente López Obrador, se debieron haber declarado en todo caso.

En la segunda semana de monitoreo que comprende el 7 al 11 de septiembre de 2020, en el último segmento del programa se siguieron presentando resúmenes informativos, secciones de los colaboradores y entrevistas con diferentes personajes.

El día 7 de ese mismo mes y año, Loret de Mola platicó vía telefónica con la activista feminista Yesenia Zamudio, madre de Marichuy, quien fue víctima de feminicidio en 2016. Platicaron sobre la toma de las instalaciones de la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) de la Ciudad de México, que se informó

ese mismo día en el primer bloque de la emisión. Zamudio comentó que los colectivos feministas pagarían los pasajes de mujeres víctimas de violencia de otros estados de la República Mexicana con destino a la capital del país, con el fin de que fueran atendidas por la secretaria de Gobernación, Olga Sánchez Cordero como lo aseguró la funcionaria en la conferencia matutina del presidente López Obrador.

Al día siguiente, un reportero informó al aire que, en Aguascalientes, también se realizó una protesta por un grupo de mujeres, quienes de manera simbólica clausuraron las instalaciones de la CNDH en esa entidad.

Posteriormente, Carlos Loret platicó con Lorena Ochoa, golfista mexicana, quien señaló las actividades que hace durante la pandemia por Covid-19. En este sentido, Ochoa también habló sobre la iniciativa *Le entro*, que atiende a la salud, educación y alimentación de niños vulnerables durante la crisis sanitaria. A pesar de que la golfista subrayó que no habla mucho con temas referentes a la política, el conductor le insistió en saber su opinión respecto a la intervención del gobierno frente a la pandemia por coronavirus, sin embargo, Ochoa respondió que a todos nos gustaría recibir más ayuda siempre y que los mexicanos podemos hacer una diferencia para apoyarnos unos a otros.

El 9 de septiembre de esa misma anualidad, Loret de mola entrevistó a Salomón Chertorivski, ex secretario de salud sobre la situación en México por la pandemia por Covid-19, la cual está fuera de control, según el ex secretario de Salud en el sexenio de Felipe Calderón. También habló acerca de las propuestas que él y otros ex secretarios de Salud a la actual administración, las cuales incluyeron una política económica para que sea factible quedarse en casa, integración de un comité científico de alto nivel, una ley de cuarentena, campaña de vacunación contra la influenza.

En este mismo segmento de *Así las cosas con Loret*, la reportera Sandra Tapia informó que la reunión de la secretaria de Gobernación, Olga Sánchez Cordero, con uno de los colectivos feministas que tomaron las instalaciones de la CNDH en la Ciudad de México. Esta ocasión, la emisión terminó tres minutos antes de su horario habitual.

Al día siguiente, Areli Paz realizó el resumen de la información que se presentó en el programa. Después, Loret de Mola habló sobre el Festival Internacional de Cine de Venecia, al que asistió el elenco de la película *Nuevo Orden*. El conductor platicó vía telefónica con Miguel Mier, coordinador de operaciones de Cinépolis sobre lo que sucedió en el evento. También habló con el director de la película mencionada, sobre las medidas sanitarias por la nueva normalidad, las cuales fueron el uso de cubrebocas y caretas en todo momento, excepto para tomarse fotografías.

Posteriormente se escuchó la sección *Latitudes* con Alberto Lati. El colaborador habló sobre futbol mexicano, en especial de Jorge Hernández, capitán de los Tuzos del Pachuca, quien sufrió una lesión durante un partido contra el Cruz Azul, el cual lo obligó a salir de la cancha en camilla.

El 11 de septiembre de 2020, Areli Paz incluyó en el resumen informativo recursos sonoros como declaraciones de los entrevistados del día y mencionó información que no se reveló en la emisión.

Al igual que el viernes de la primera semana de monitoreo, se escuchó la sección de recomendaciones por parte del conductor y sus colaboradores. Alberto Lati sugirió la serie *Bio Hackers* en la plataforma de streaming *Netflix*. Valeria Moy recomendó el documental *El dilema de las redes sociales*, mientras tanto, *El Duende* propuso a los radioescuchas ver *Anne whit an E*, del mismo sitio de internet. En tanto Areli Paz sugirió degustar las hamburguesas del establecimiento

JJ Burgers, en la alcaldía Álvaro Obregón de la Ciudad de México y Carlos Loret recomendó probar las anushkas de *Once Panadería*.

Posteriormente, Loret de Mola platicó con Jorge Ramos Pérez, periodista y escritor. Ambos conversaron sobre el lanzamiento del libro *La historia oscura detrás de la pandemia. El baile de las cifras de López-Gatell*, autoría de Ramos Pérez. El ejemplar habla, según el autor, sobre los datos reales de las muertes por Covid-19 en México.

Durante la segunda semana de monitoreo a *Así las cosas con Loret*, se escucharon cápsulas por el aniversario número 90 de la emisora para despedir el programa. Según los audios reproducidos, W Radio inició sus transmisiones el 18 de septiembre de 1930.

En todas las emisiones de esta producción radiofónica, Carlos Loret de Mola despidió el programa junto con los coconductores Areli Paz y Christian Ahumada, “El Duende”. Inmediatamente después se escuchó la rúbrica del programa y el último corte comercial de los cuatro que forman parte del horario de sus transmisiones.

En una conferencia de prensa de la emisora *W Radio* en la que dieron la bienvenida a Carlos Loret de Mola, participaron conductores de esa frecuencia como Martha Debayle, Gabriela Warkentin y Javier Risco, así como Francisco Cabañas, el entonces director general de Televisa Radio, Loret de Mola mencionó lo siguiente.

Esta casa, Televisa Radio, fue la que me abrió por primera vez las puertas cuando yo llegué desde Yucatán a la Ciudad de México buscando ser reportero. Yo empecé mi carrera periodística en la Ciudad de México siendo reportero de la estación de noticias de Televisa Radio, que en ese momento era la XEQ y luego se mudó a la XEW. A lo que es hoy W Radio y ahí hice mis pininos como

periodista, como reportero, que es un oficio que uno no puede dejar de ejercer jamás.

La verdad es que guardé siempre un recuerdo maravilloso de estos pasillos, de esa cabina, de ese micrófono emblemático que todos hemos escuchado, y estar de vuelta es como regresar a casa. Es un sitio en el que me siento cómodo, me siento a mis anchas y en donde, en un momento como este, yo quiero agradecer muchísimo a Paco Cabañas y a todo su equipo que tuvieron la generosidad de abrirme las puertas, de recibirme, de ofrecerme las condiciones de libertad y de profesionalismo con las que todos mis colegas han trabajado.

La segunda cosa que me gusta es estar en una alineación que impone. Todos los que están en esta mesa son un objeto de mi respeto y mi más profunda admiración. Son excepcionales como profesionales y como comunicadores en las distintas áreas en las que han ejercido sus carreras. Ya sea en el periodismo político o de información general, en el deportivo, el de entretenimiento. Y la verdad es que formar parte de una alineación así, pues siempre se siente como entrar al vestidor del Real Madrid.

Vienen tiempos muy interesantes para nuestro país, tiempos en los que tenemos que estar ahí. Y creo que la mejor manera de ejercer a plenitud la libertad de expresión, la libertad de crítica, parte de la pluralidad. Buscaremos, como lo hacen los otros espacios de esta estación y como ha sido la política editorial de W Radio desde hace muchísimos años: tener todas las voces y tener todas las inteligencias que éstas expresen de manera libre, de manera plena y que nosotros como conductores, como periodistas podamos sumarnos a esas voces, dar nuestros puntos de vista, hacer las preguntas que el público tiene en la mente. Y, en esa medida, ojalá podamos tener éxito y estar a la altura de una dirección, de un logotipo, de una historia y de una alineación como la que está hoy frente a ustedes (WITZI TeVe, 2019).

En este sentido, el contenido de *Así las cosas con Loret* está más enfocado a la crítica y a la libertad de expresión que el conductor y sus colaboradores ejercen con respecto a los diferentes temas que se abordaron en esta producción radiofónica en los días que se monitorearon sus emisiones. Para defender su derecho a la libertad de expresión, Carlos Loret expresó el 9 de septiembre de 2020 que se sintió atacado por parte del presidente López Obrador en su

conferencia matutina, “El presidente López Obrador es una amenaza para la libertad de expresión”, subrayó, aunque su sentir fue con respecto a su columna *Dos mafias que hicieron el mismo salto al mismo partido* que publicó en *El Universal*.

En una entrevista a Carlos Loret de Mola publicada por el periodista Eden Dorantes en su canal de YouTube, el conductor de *Así las cosas con Loret* detalló que intentaría que su labor en el programa radiofónico fuese objetiva y veraz.

Vamos a intentarlo, ¿no? Yo creo que la objetividad lo alcanzan los objetos, no los sujetos, como dice esa vieja frase, pero sí la pluralidad y eso es escuchar todas las voces, estar abiertos a todos los planteamientos. Vamos a ser un programa polémico. Vamos a ser un programa que dé de qué hablar, como lo hemos hecho siempre. Como lo hemos hecho en la tele, en la columna, en la radio en ocasiones anteriores en otros grupos radiofónicos (Dorantes, 2019).

Con base a las declaraciones de Loret de Mola en la entrevista publicada por Dorantes, hubo pocas ocasiones en las que el conductor mostró la pluralidad que enunció como eje de sus transmisiones. Por otra parte, el día 10 de septiembre de 2020, cuando entrevistó al gobernador de Chihuahua, Javier Corral, sobre un altercado que se reportó un día antes en su entidad, en el cual, se vieron involucrados elementos de la Guardia Nacional, señalados de asesinar a balazos a una mujer y dejar herido a un hombre. El mandatario aseguró que la Fiscalía General del estado inició una investigación al respecto.

En esa misma entrevista, el mandatario chihuahuense declaró al aire que el abastecimiento de agua a Estados Unidos se cumpliría y no se dejaría sin agua a los agricultores de su estado. Esto luego de que Loret de Mola indicó en el primer bloque de su emisión que el gobernador dijo que sería complicado cumplir con el compromiso de suministro de agua a Estados Unidos. El conductor puso en contexto a los radioescuchas y señaló que en 1944 se firmó un acuerdo entre

México y Estados Unidos para abastecer de agua con los ríos fronterizos entre las dos naciones.

En ambos casos, Carlos Loret de Mola no presentó información o declaración de las otras partes como la Guardia Nacional o la Conagua, organismo que regula, administra, controla y protege las aguas nacionales en México, respectivamente. El conductor no mencionó que se intentó buscar declaraciones de las partes involucradas ni tampoco se le dio seguimiento en los días posteriores. Esto, con el fin de poder hacer efectiva su declaración sobre ofrecer pluralidad, escuchar a todas las voces y estar abierto a todos los planteamientos como él mismo lo declaró en la entrevista que publicó Dorantes.

### Tandas publicitarias.

Las tandas publicitarias que forma parte de *Así las cosas con Loret* mantuvieron un horario y duración variable que oscilan entre los tres y los ocho minutos. A continuación, se muestra su duración por día de cada semana de monitoreo.

#### Primera semana de monitoreo

Lunes 17 de agosto de 2020

| <i>CORTE 1</i>                | <i>CORTE 2</i>                | <i>CORTE 3</i>                | <i>CORTE 4</i>                |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:32                   | Hora: 14:00                   | Hora: 14:29                   | Hora: 14:56                   |
| <b>Duración:</b><br>8 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos |

Fuente: elaboración propia

Martes 18 de agosto de 2020

| <i>CORTE 1</i>                | <i>CORTE 2</i>                | <i>CORTE 3</i>                | <i>CORTE 4</i>                |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:31                   | Hora: 13:56                   | Hora: 14:28                   | Hora: 14:55                   |
| <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos |

Fuente: elaboración propia



Miércoles 19 de agosto de 2020

| <i>CORTE 1</i>                | <i>CORTE 2</i>                | <i>CORTE 3</i>                | <i>CORTE 4</i>                |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:36                   | Hora: 13:58                   | Hora: 14:32                   | Hora: 14:54                   |
| <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos |

Fuente: elaboración propia

Jueves 20 de agosto de 2020

| <i>CORTE 1</i>                | <i>CORTE 2</i>                | <i>CORTE 3</i>                | <i>CORTE 4</i>                |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:38                   | Hora: 14:00                   | Hora: 14:28                   | Hora: 14:55                   |
| <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos |

Fuente: elaboración propia

Viernes 21 de agosto de 2020

| <i>CORTE 1</i>                | <i>CORTE 2</i>                | <i>CORTE 3</i>                | <i>CORTE 4</i>                |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:51                   | Hora: 14:07                   | Hora: 14:30                   | Hora: 14:55                   |
| <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos |

Fuente: elaboración propia

## Segunda semana de monitoreo

Lunes 7 de septiembre de 2020

| <i>CORTE 1</i>                | <i>CORTE 2</i>                | <i>CORTE 3</i>                | <i>CORTE 4</i>                |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:40                   | Hora: 13:57                   | Hora: 14:32                   | Hora: 14:57                   |
| <b>Duración:</b><br>8 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos |

Fuente: elaboración propia

Martes 8 de septiembre de 2020

| <i>CORTE 1</i>                | <i>CORTE 2</i>                | <i>CORTE 3</i>                | <i>CORTE 4</i>                |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:26                   | Hora: 13:58                   | Hora: 14:30                   | Hora: 14:56                   |
| <b>Duración:</b><br>7 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos |

Fuente: elaboración propia

Miércoles 9 de septiembre de 2020

| <i>CORTE 1</i>                | <i>CORTE 2</i>                | <i>CORTE 3</i>                | <i>CORTE 4</i>                |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:46                   | Hora: 14:02                   | Hora: 14:21                   | Hora: 14:53                   |
| <b>Duración:</b><br>8 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos | <b>Duración:</b><br>5 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos |

Fuente: elaboración propia

Jueves 10 de septiembre de 2020

| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:32                   | Hora: 13:54                   | Hora: 14:27                   | Hora: 14:57                   |
| <b>Duración:</b><br>7 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos | <b>Duración:</b><br>3 minutos |

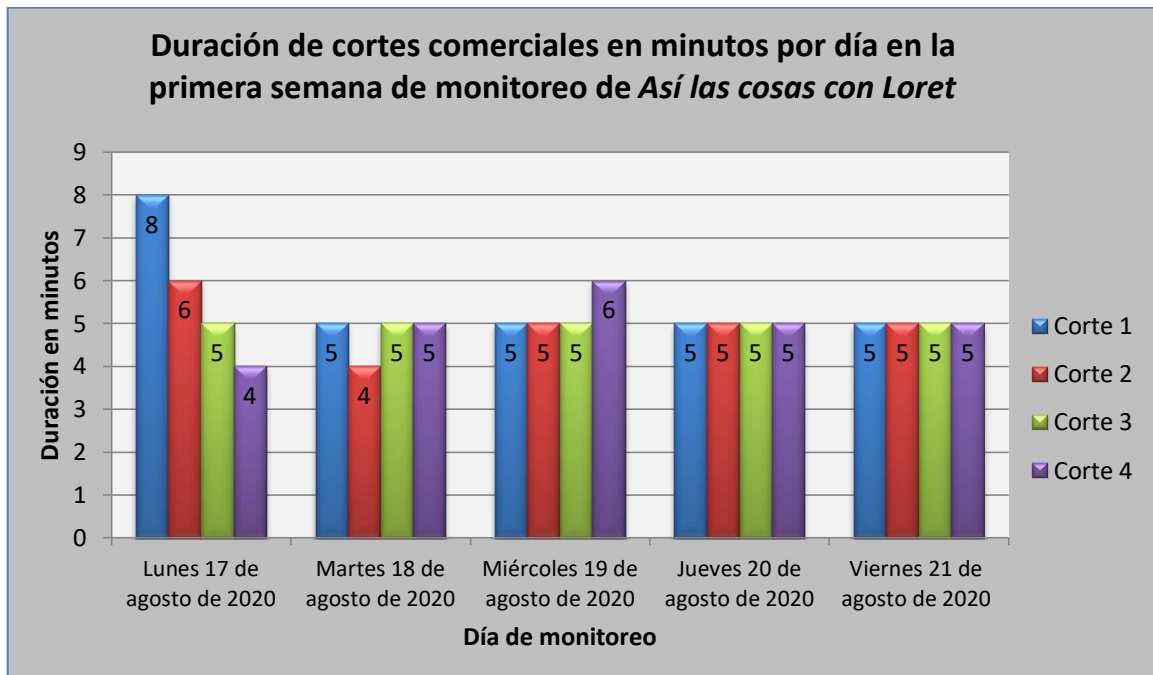
Fuente: elaboración propia

Viernes 11 de septiembre de 2020

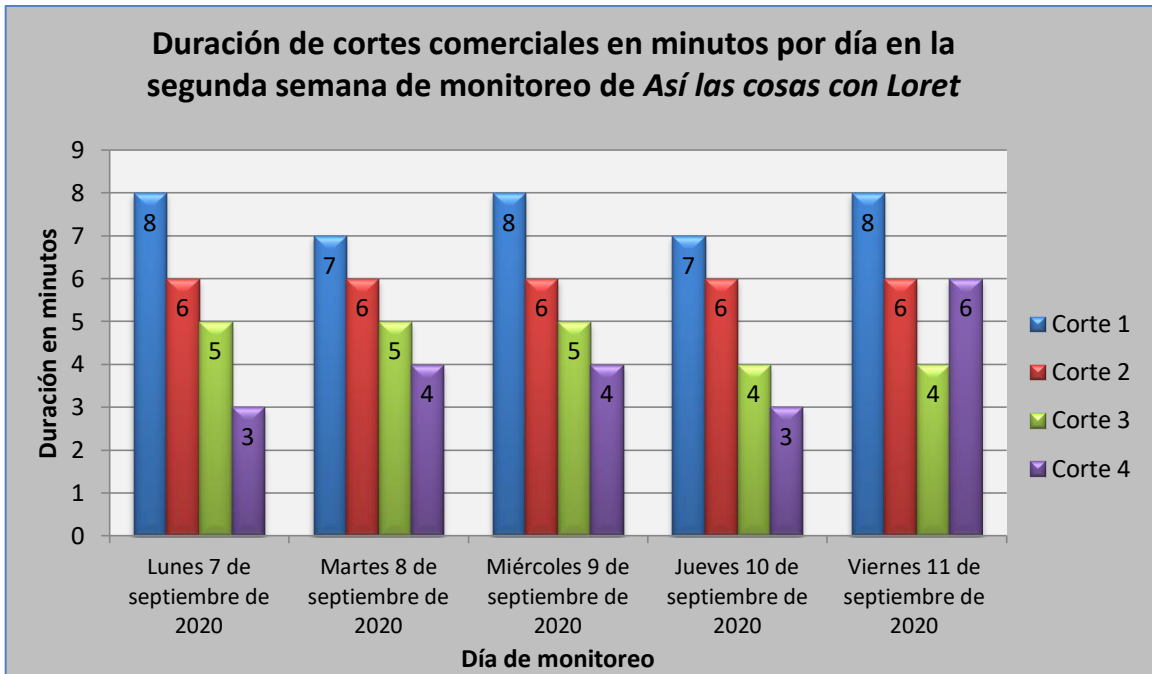
| CORTE 1                       | CORTE 2                       | CORTE 3                       | CORTE 4                       |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Hora: 13:36                   | Hora: 13:59                   | Hora: 14:21                   | Hora: 14:54                   |
| <b>Duración:</b><br>8 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos | <b>Duración:</b><br>4 minutos | <b>Duración:</b><br>6 minutos |

Fuente: elaboración propia

La duración variable de las tandas publicitarias que se escucharon durante las transmisiones de *Así las cosas con Loret*, presentadas previamente, se puede visualizar en las gráficas siguientes.

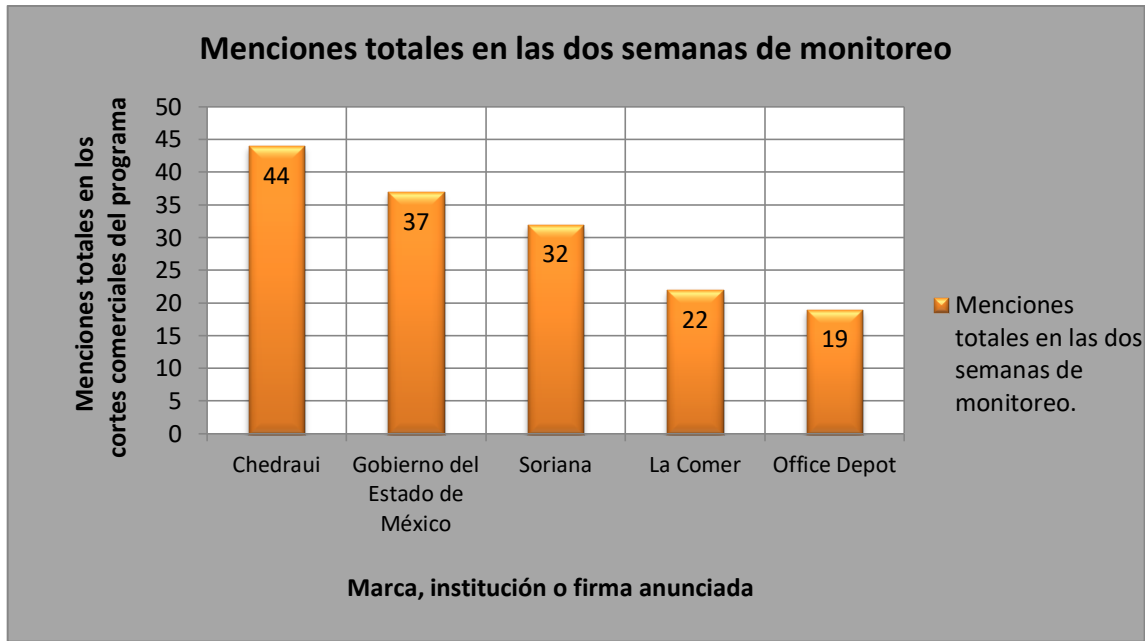


Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

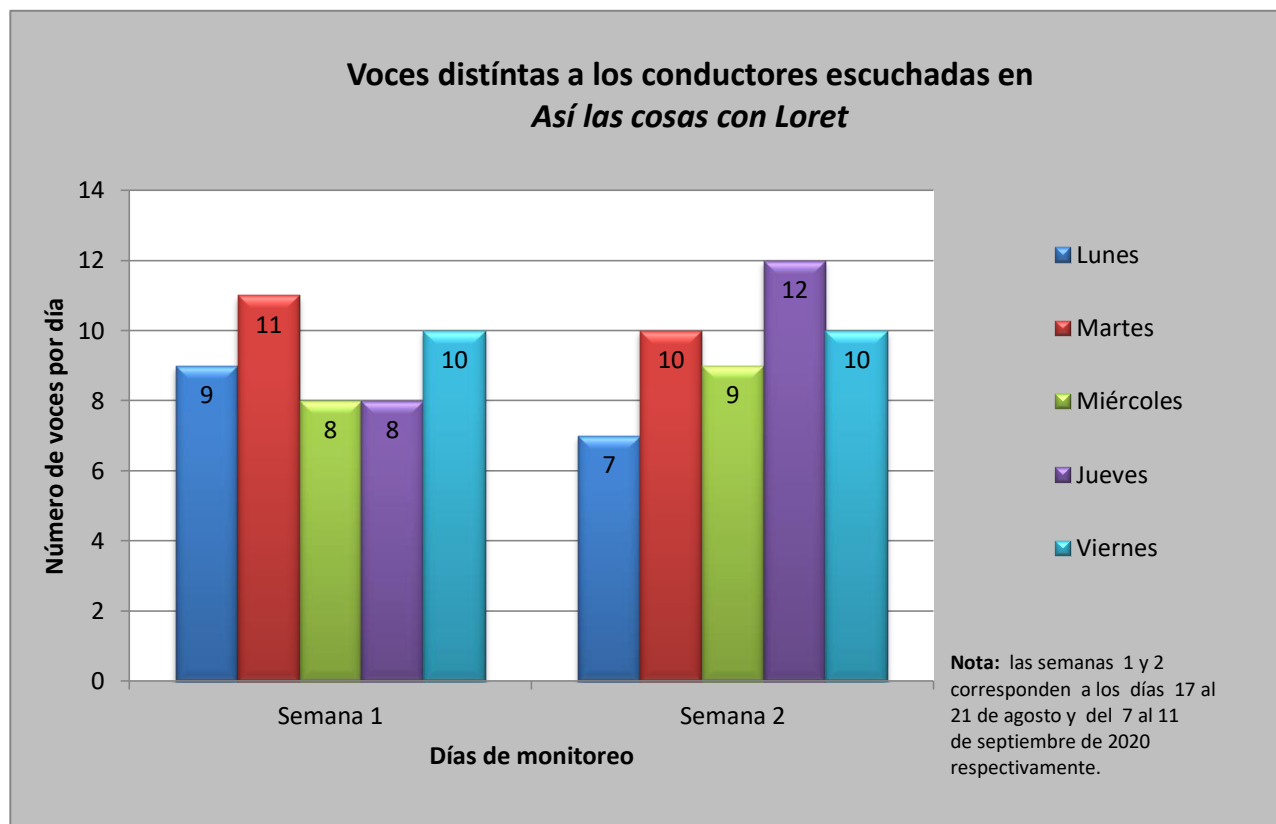
En las tandas publicitarias de este programa radiofónico se detectó, en su mayoría, tiendas de autoservicio, instituciones financieras y servicios de telecomunicaciones. Los anunciantes que presentaron menor frecuencia están el Gobierno de México, el Instituto Nacional Electoral (INE), Farmacias Similares, tiendas SEARS y Telcel. En tanto, quienes presentaron mayor periodicidad fueron: Chedraui, 44 menciones; Gobierno del Estado de México, 37 menciones; Soriana, 32 menciones; La Comer, 22 menciones y Office Depot, 19 menciones, como se muestra en la siguiente gráfica.



Fuente: elaboración propia

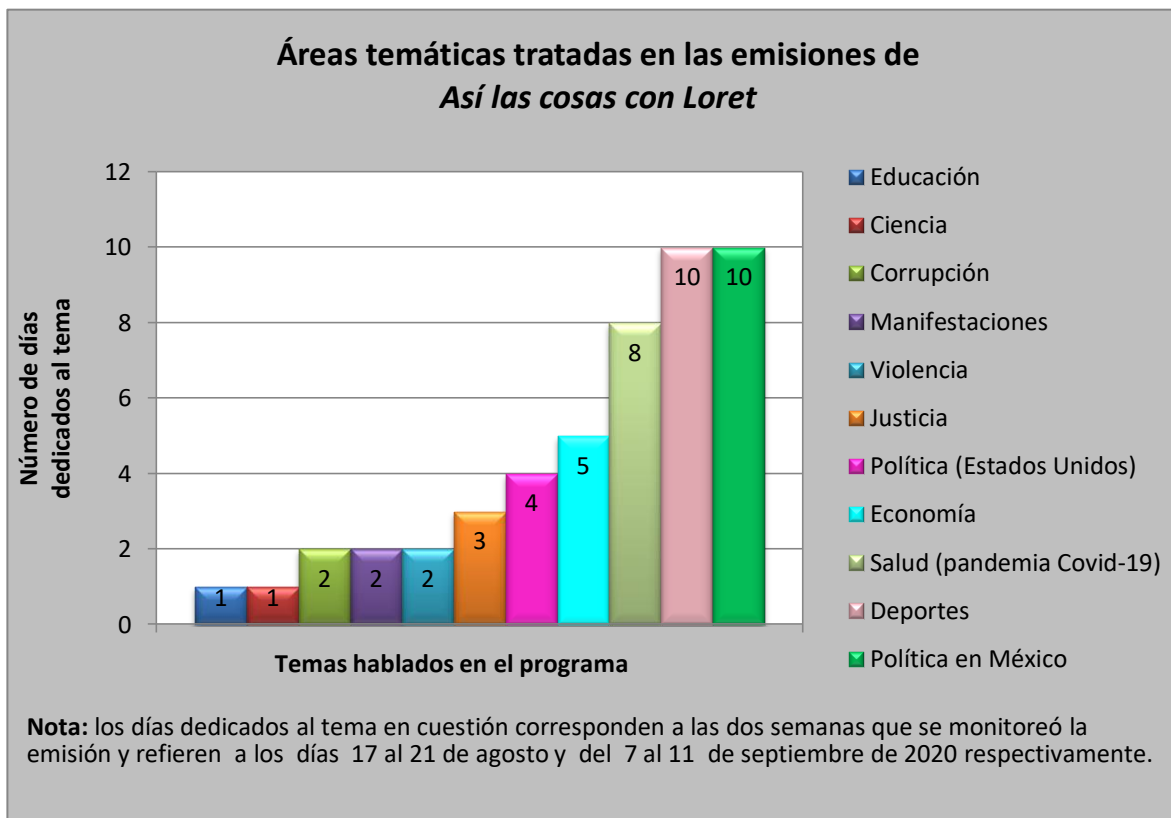
En las transmisiones de *Así la cosas con Loret* no se escucharon reportes de tránsito y clima, sin embargo, sí se identificó el uso de recursos sonoros que distingue a momentos específicos del programa. Ejemplo de ello, la música de fondo en el primer bloque que se mencionan los cinco temas de sobremesa, al igual que la sección *Impresentables de El Duende*. En tanto, los apartados *Latitudes* y *Análisis* se caracterizaron al ser presentadas con cortinillas. Éstas tienen la función de separar la información que se presentará a continuación, son anunciadas con su mismo nombre por una voz femenina.

La voz de Carlos Loret de Mola, así como las de sus coconductores Areli Paz y Christian Ahumada, “El Duende”, no son las únicas sin duda alguna. En tres de los cuatro bloques que forman al programa, se escuchan entrevistas con diferentes personajes; funcionarios públicos, reporteros, analistas políticos y económicos, entre otros. En conjunto, estas voces varían entre siete y doce en cada emisión, como se observa en la siguiente imagen.



Fuente: elaboración propia

Los temas que se abordan con mayor frecuencia son política en México, deportes, salud, economía y política de Estados Unidos. Otros asuntos que alcanzan espacio dentro de las transmisiones de este programa radiofónico, al menos en un día, fueron: educación, ciencia, corrupción y violencia como se muestra en la gráfica siguiente.



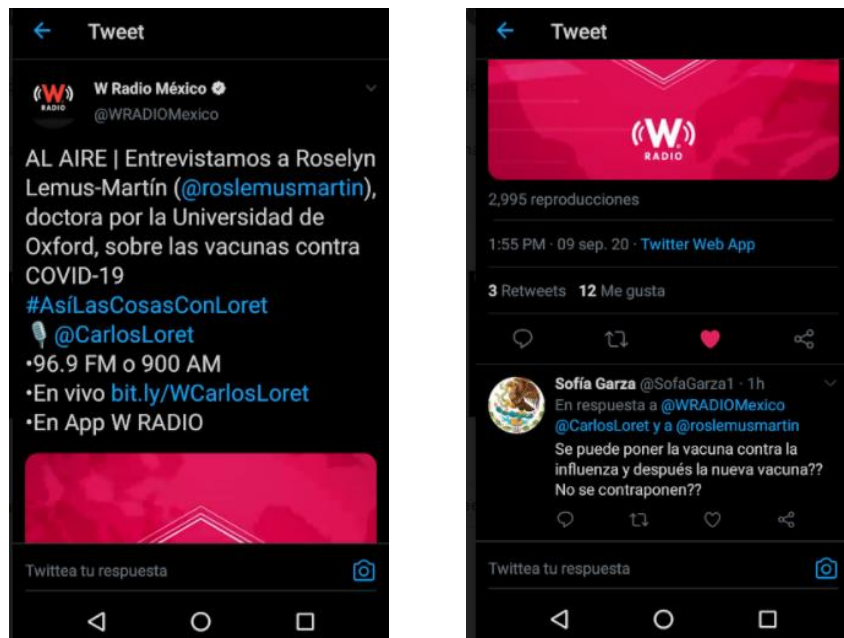
Fuente: elaboración propia

La entrevista es el recurso periodístico al que más recurre la producción de este programa radiofónico, Loret de Mola siempre es el entrevistador. Aunque también recurren a la nota informativa en algunas ocasiones en las que sus colaboradores comentan alguna noticia publicada en otro medio de comunicación. El 10 de septiembre de 2020 el conductor entrevistó Amy Stillman, corresponsal de *Bloomberg News* en México, autora del reportaje *¿Cómo fue que Pemex se convirtió en la petrolera con más muertes por Covid-19?*, el cual se publicó en *El Financiero* ese mismo día. Esa fue la única ocasión que el conductor mencionó al aire que se hablaba de un reportaje, aunque éste no fuera realizado por su equipo de colaboradores o de la emisora. En este sentido, la producción prescinde de otros recursos periodísticos como la crónica, el debate o la tertulia que ofrecen el mismo beneficio de obtener información.

A pesar de que el slogan de esta frecuencia es “vamos a escucharnos”, en este programa radiofónico no se escuchó la participación de la audiencia con

respecto a los temas que se abordaron durante sus entregas. No se identificaron comentarios que los radioescuchas hayan hecho a través de las redes sociales de la emisora y que el conductor o alguno de los coconductores hayan leído al aire. En este sentido, tampoco se escuchó la intervención del público vía telefónica o cualquier otro medio de interacción para poder hacer efectiva la frase breve “vamos a escucharnos” con la que se hace propaganda la estación para escuchar a quienes reciben sus mensajes, incluso durante el contenido de *Así las cosas con Loret*.

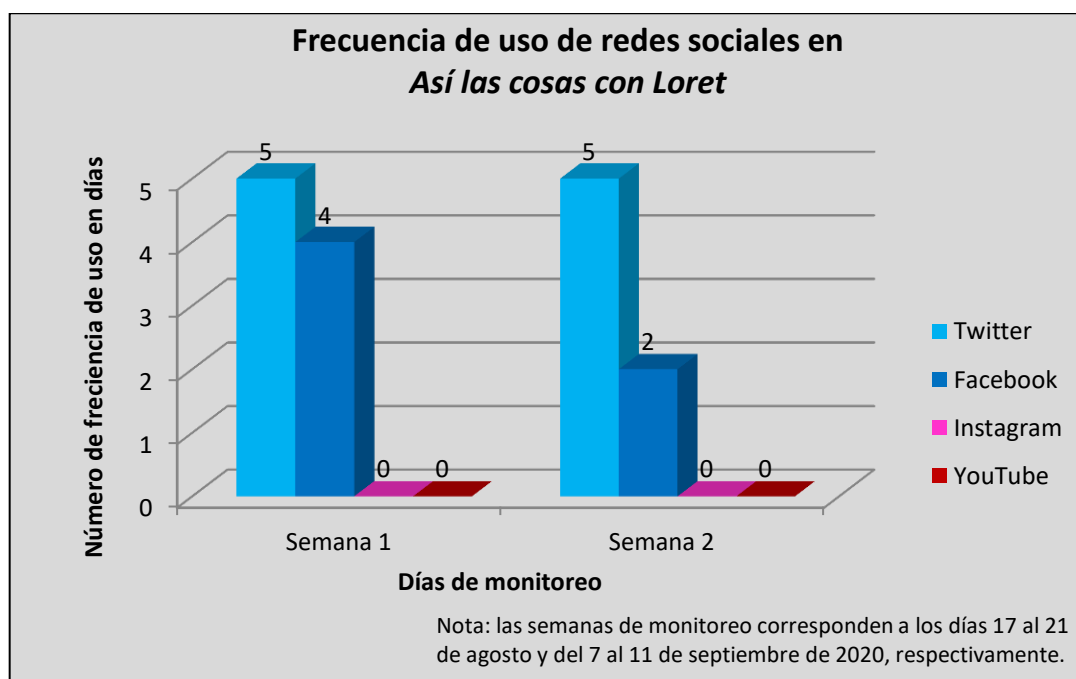
Ejemplo de esto se pudo observar el 9 de septiembre de 2020, cuando Carlos Loret de Mola entrevistó a Roselyn Lemus-Martín sobre la suspensión del desarrollo de la vacuna del laboratorio AstraZeneca y la Universidad de Oxford debido a que un voluntario se enfermó durante la etapa de pruebas. Ese mismo día, una usuaria de Twitter preguntó si se podrían vacunar las personas contra la influenza y contra el Covid-19, sin embargo, no obtuvo respuesta a su duda a pesar de que escribió su pregunta en tiempo real durante la transmisión como se muestra en la siguiente imagen.



Fuente: captura de pantalla Twitter @WRADIOMexico, 9 de setiembre de 2020.

En este sentido, las redes sociales que forman parte del entorno digital de *Así las cosas con Loret* son cuatro: Twitter, Facebook, YouTube e Instagram, las cuales no son exclusivas del programa, sino de uso general de la estación. En esta investigación descubrí el uso predominante de Twitter. En esta red social los días de transmisión se publica una imagen de Carlos Loret de Mola con el logotipo de la emisora que anuncia cuando el programa va a iniciar. También se divulgan las entrevistas que se están realizando en tiempo real, se detalla quién es el entrevistado y sobre qué tema están conversando, además de la etiqueta #AsiLasCosasConLoret y el enlace directo al sitio web de la emisora para escuchar la entrevista en vivo a través de internet.

Sin embargo, el uso de las otras redes sociales no fue igual. Mientras que en Facebook sólo se hizo una publicación en cinco de los diez días de monitoreo, Instagram y YouTube quedaron abandonadas por parte de la producción de *Así las cosas con Loret* como se muestra en la siguiente imagen.



Fuente: elaboración propia



La aportación de recursos multimedia en las dos redes sociales en las que se registró actividad fue casi nula. En Twitter, por ejemplo, sólo se compartió texto con el cual se informa a quién están entrevistando y el link a contenidos propios en la página web, es decir, a los audios del programa como se muestra en el *Ejemplo de monitoreo al programa Así las cosas con Loret*, que se encuentra en el ANEXO 6 (p. 231) de esta investigación.

En este sentido, otros elementos como fotografías, infografías, videos, hipervínculos a contenidos de terceros o audios adicionales al programa quedaron descartados. Y, aunque las cuentas en las redes sociales de la emisora, de las cuales hace uso esta producción radiofónica, permiten la interacción con los usuarios, el equipo de producción no responde a preguntas espontáneas que el público hace por este medio ni mencionan al aire sus comentarios.

En la página web de la emisora *wradio.com.mx* se encuentran los podcasts de *Así las cosas con Loret*, los cuales están fragmentados por secciones o por entrevistas. Como sucede con las redes sociales de la emisora, su sitio web no ofrece otros recursos multimedia que aporten más información al contenido del programa como videos, infografías, fotografías, notas informativas, o enlaces a contenidos de terceros.

Durante el monitoreo de las transmisiones de esta producción radiofónica no se reveló en al menos una ocasión la transmisión del programa en vivo con video en las redes sociales de la emisora, tampoco en la página web de *W Radio*.

## Conclusiones

Según la Real Academia Española, *líder* es aquella persona que dirige o conduce un partido político, un grupo social u otra colectividad. En tanto, señala que *opinión* es un juicio o valoración respecto a algo o alguien.

De acuerdo con la definición que nos da James O. Whittaker (quien toma de referencia al psicólogo Gibb) define al líder como: una persona con cierto puesto que funge de eje de la conducta del grupo y que influye sobre otras personas (Whittaker, J., citado por Vallejo, 1998), se puede integrar a Francisco Alanís “Sopitas”, Ciro Gómez Leyva y Carlos Loret de Mola como líderes de opinión en sus programas *Sopitas por Aire Libre*, *Por la mañana* y *Así las cosas con Loret*, respectivamente.

Con base en el análisis que realicé en esta investigación a las producciones radiofónicas mencionadas, pude identificar que los conductores señalados dirigen y encabezan un programa radiofónico que aborda intereses y problemas que tienen en común sus radioescuchas. En este sentido, Francisco Alanís “Sopitas”, hace uso de su primer bloque informativo para comentar la nota más relevante del día anterior, la cual, por lo general es tendencia en las redes sociales, como por ejemplo: los asaltos en transporte público que quedaron registrados bajo las cámaras de video que tienen las unidades móviles; o algún otro acontecimiento relevante difundido en internet como la filtración de videos en los que se ven involucrados personajes de la vida pública en actos de corrupción.

Aunque *Sopitas por Aire Libre* comenzó sus transmisiones en febrero de 2020, con una propuesta de fusión entre la radio hablada y la radio musical, ya contaba con un mecanismo para presentar la información a una audiencia joven, pues el conductor señaló que, con respecto a su sitio *sopitas.com*, que éste destaca entre otras alternativas de información por hacer sentir a su audiencia que se está enterando de los hechos a través de un amigo y no de un medio de

comunicación, esto gracias a la forma peculiar en que se redactan las notas en su portal, de una forma única en la que pierde peso la formalidad que es precisa en otros medios de periodismo digital. Así lo reveló a *Forbes México* en 2013.

Esa personalidad, como él la llama, ha sido utilizada como una fórmula a seguir con los radioescuchas de *Sopitas por Aire Libre*, pues Francisco Alanís “Sopitas” incluye material de su portal *sopitas.com* en sus emisiones radiofónicas. Aunado a esto, el conductor subrayó en entrevista para esta investigación que el contenido de su programa de radio va dirigido a personas de entre 25 y 45 años especialmente, las cuales son el target de la frecuencia y, por otro lado, también es el público lector al cual le escriben en *sopitas.com*, lo que les permite producir contenido radiofónico más amigable e informal.

Para influir en las personas que lo escuchan a través de *Sopitas por Aire Libre*, Alanís subrayó que busca tener voces calificadas o especialistas para hablar sobre los temas que aborda, porque señala que él y su equipo de producción no son expertos; sin embargo, les interesa obtener la información para comprender el impacto de cada suceso, como se pudo verificar en la entrevista que *Sopitas* hizo a Alejandra Zapata sobre las secuelas de la educación a distancia causadas por la pandemia de Covid-19 en México.

Otros ejemplos de esta producción radiofónica para ofrecer la información de primera mano a sus radioescuchas se hicieron patentes en el momento en que Francisco Alanís conversó con la periodista Zorayda Gallegos, acerca de su investigación sobre los recursos desviados por parte de la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena), entre 2013 y 2019 y cuando *Sopitas* platicó con Samuel Adam, reportero de *Mexicanos contra la Corrupción y la Impunidad*, sobre su indagación en el aumento al precio de la leche en municipios pobres de alta marginación en México.

Aunado a esto, hubo ocasiones en las que Francisco Alanís emitió alguna opinión y ésta no tomó partido por alguna de las partes que protagonizaron la nota.

Un punto que resulta interesante y que apunta a Francisco Alanís “Sopitas” como líder de opinión, es el *slogan* que él mismo recordó en la entrevista que le realicé: “Lo que no sabías que necesitas saber”. Al respecto, el conductor argumentó que su programa quiere ofrecer contenido en el que su audiencia pueda escuchar la opinión sobre alguna discusión que hubo en la Suprema Corte, pero también se pueda contemplar recomendaciones de dónde comprar los tamales más ricos de la Ciudad de México, los memes que circulan en las redes sociales o la *NFL* y la *Champions League*, tal como se pudo comprobar durante el monitoreo de su producción radiofónica.

Por su parte, Ciro Gómez Leyva sostuvo que en su programa *Por la mañana* no hay un código que determine los temas u opiniones que se emiten. Sin embargo, subrayó que sí existe un entendimiento de ciertos principios fundamentales de su quehacer periodístico como no mentir, no insultar y tener responsabilidad con la información que se presenta.

Se pudo verificar que Gómez Leyva defiende la imparcialidad de *Por la mañana* cuando al día siguiente de haber entrevistado al expresidente Felipe Calderón sobre su presunta complicidad en el caso de corrupción con la empresa brasileña Odebrecht, expresó al aire: “si alguien espera que regañemos a alguien o que le demos cátedra, pues que le cambie de programa”, también el día en que conversó con el empresario Carlos Ahumada, en esa ocasión Ahumada subrayó que el asunto de su extradición no era un asunto de venganza política sino una cuestión de amarillismo mediático.

Otro factor que resulta relevante son los elementos que forman el contenido de *Por la mañana*. Ciro Gómez Leyva señaló, en entrevista para esta investigación, que el contenido de su programa se cubre con material periodístico el cual supone

de interés general para las personas que lo escuchan. Además, rescató que, aunque en sus emisiones hay colaboradores que opinan, es mayor el uso de los géneros del periodismo noticioso que del periodismo de opinión:

Nosotros no tenemos mesas de debate. Las llegamos a tener, tuvimos una para las elecciones de 2018 pero son seis semanas o con el aeropuerto de Texcoco, tuvimos una de cuatro semanas, pero privilegiamos, tratamos de privilegiar la información, la noticia, la entrevista, el reportaje, la crónica, la cobertura en vivo, sobre la opinión.

Esto se pudo verificar cuando Ciro Gómez Leyva y sus colaboradores retomaron el caso de Emilio Lozoya que publicó un periódico. Pero no sólo lo retomaron, dieron seguimiento al tema para conocer más detalles y dar más información a sus radioescuchas al respecto.

Además de la cobertura diaria y en tiempo real que el horario del programa permite dar a las conferencias matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador, se identificó que la producción de *Por la mañana* sí dedica espacio para el reportaje y la crónica. Así se escuchó en dos de las diez emisiones que se analizaron: El hallazgo de *huachicol* en Chiapas y los asaltos en el transporte público del Estado de México. En este último, la producción dedicó cuatro días consecutivos para presentarlo a su audiencia.

De tal manera, el contenido de *Por la mañana* surge también de los intereses de una colectividad: sus radioescuchas. Como lo dijo Ciro Gómez Leyva en entrevista para esta investigación: “hay información sobre problemas que parecen singulares, parecen problemas menores para un panorama nacional, y de ahí han salido buenos reportajes, han salido buenos temas”.

Con respecto a la interacción del conductor con los radioescuchas se comprobó que es muy poca. Durante las dos semanas de monitoreo se identificó que el día 13 de agosto de 2020 Ciro Gómez Leyva leyó cuatro comentarios del

público; sin embargo, no mencionó el medio por el cual las personas se contactaron. En este sentido, *Por la mañana* dio más espacio a la opinión de sus radioescuchas que los otros dos programas analizados. Sin embargo, las convicciones del público no son el eje central de sus emisiones. Lo anterior corrobora la declaración del conductor al respecto.

Nuestro programa no es un programa de periodismo civil ni de periodismo de participación ciudadana. Es un programa periodístico, es como un periódico, pues un periódico edita y publica sus notas y tú sabrás si lo lees o no lo lees.

Aunque esta producción se enfoca más en ofrecer un contenido noticioso, Gómez Leyva aseguró que todas las opiniones de sus radioescuchas son bienvenidas e incluso algunas sí son leídas al aire, y rescató que en sus transmisiones se trabaja la información y la presentan a los ciudadanos, los cuales pueden tomarla o dejarla ir.

Por otra parte, el slogan de la emisora *Abriendo la conversación*, no se refiere entonces al diálogo que puede darse entre sus radioescuchas y los conductores de sus programas, sino a la plática que estos últimos tienen con sus invitados o entrevistados para brindar información a su público y evoca también a esa radio hablada que distingue a la frecuencia entre otras estaciones radiofónicas.

Como se mencionó con anterioridad en esta investigación, Carlos Loret de Mola declaró en una entrevista que publicó el programa de televisión *Hoy* en su canal de YouTube, que la intención de su transmisión radiofónica *Así las cosas con Loret* es que aquellos que lo escuchen se queden con algo y puedan platicar sobre esos temas después de comer, por su horario de transmisión.

Si retomamos la definición de Whittaker sobre un líder y la declaración del conductor, se puede determinar que Loret de Mola puede influir sobre otras personas, es decir, que quienes lo escuchen lleven el mensaje a más individuos a través de una plática después de la hora de comida, de tal manera que Carlos

Loret busca ser líder de opinión para otros líderes en grupos de una categoría menor, los cuales poseen la información y se convierten en informantes, como lo son quienes divulgan sus mensajes y generan una discusión después de haber escuchado la emisión informativa. En este sentido, la sección *Cinco temas de sobremesa* dentro de sus emisiones confirma esta intención.

En esa misma declaración, el conductor subrayó que en su programa de radio buscaría ejercer y defender la libertad de expresión. Esto se comprobó cuando Carlos Loret expresó su inconformidad por los ataques hacia su trabajo por parte del presidente López Obrador en sus conferencias matutinas.

Otros ejemplos en los que se identificaron ejercicios de libertad de expresión en *Así las cosas con Loret* fueron las distintas ocasiones en las que, incluso a petición de Carlos Loret de Mola, *El Duende* realizó sketches sarcásticos para informar al público diversos hechos, en su mayoría protagonizados por el mandatario federal.

Si algo ha dejado claro Carlos Loret es su interés en que la libertad de expresión sea sustancial en su programa radiofónico, lo cual ha permitido que en *Así las cosas con Loret* se escuchen las críticas que el conductor tiene con respecto al gobierno federal y no sólo las suyas, sino también de sus colaboradores. Esto da la facultad de improvisar los sketches mencionados anteriormente. Basta con escuchar la declaración que el propio conductor hizo en la rueda de prensa que su emisora ofreció para presentar al también columnista como titular de estas emisiones radiofónicas, en donde Loret de Mola dijo lo siguiente:

Creo que, como en otros momentos definitivos de la historia, la libertad de expresión estará o está siendo puesta a prueba desde mi punto de vista y yo a lo único que me comprometo frente a W (Radio) es a ejercerla a plenitud. Agradezco muchísimo que ese haya sido un aspecto medular de nuestras conversaciones y de nuestro arrendo para que hoy pueda yo anunciarles que me estaré

incorporando a *Así las cosas* de una a tres de la tarde por W Radio (WITZI TeVe, 2019).

Carlos Loret de Mola admitió en la conferencia de prensa que ofreció *W Radio*, que su emisora sí tiene una política editorial que no es nueva, sino que ya la trabajan desde hace muchos años:

Tener todas las voces y tener todas las inteligencias. Que éstas se expresen de manera libre, de manera plena y que nosotros como conductores, como periodistas, podamos sumarnos a esas voces, dar nuestros puntos de vista, hacer las preguntas que el público tiene en mente, (WITZI TeVe, 2019).

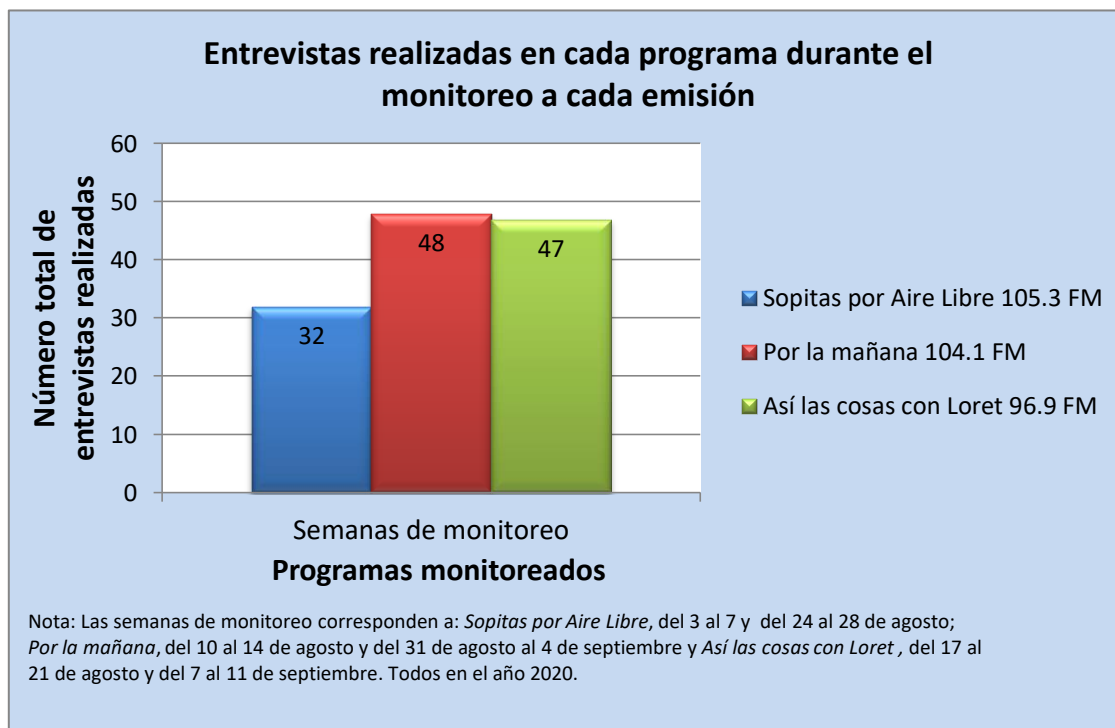
Además de ofrecer su punto de vista sobre los temas que aborda, Carlos Loret de Mola no compartió espacio dentro de sus emisiones o redes a la opinión o dudas del público. Para muestra de ello, la ocasión en que el conductor no retomó la pregunta de una radioescucha en Twitter sobre la vacunación contra Covid-19, mientras éste entrevistaba a la doctora Roselyn Lemus-Martín, especialista en biología molecular por la Universidad de Oxford.

Resulta importante prestar atención a lo que se publica en las redes sociales cuando un programa informativo de radio anuncia por este medio que se está entrevistando a un experto en el tema, más aún cuando se reproduce, se escucha y se repite el audio “*Vamos a escucharnos*”, slogan de la emisora, durante los segmentos del programa.

Un elemento que sin lugar a duda tienen en común los programas *Sopitas por Aire Libre*, de Francisco Alanís, “*Sopitas*”; *Por la mañana*, de Ciro Gómez Leyva y *Así las cosas con Loret*, de Carlos Loret de Mola, es la entrevista. Los tres conductores hacen de este recurso periodístico una herramienta diaria para obtener información. Tan solo en los 10 días de monitoreo que se hizo a cada emisión radiofónica para esta investigación, se encontró que los conductores realizaron 32, 48 y 47 entrevistas de forma general en sus respectivos espacios



dentro de la Radio informativa del cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México, como se muestra en la siguiente imagen.



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, es importante reflexionar sobre el hecho de entrevistar en los programas informativos en la radio, en los cuales se destina gran parte del tiempo a la práctica de este género periodístico. Por ejemplo, en el caso de Carlos Loret de Mola, aunque sus emisiones son de dos horas, una hora menos en comparación con las de Francisco Alanís y Ciro Gómez Leyva, Loret casi alcanzó el mismo número de entrevistas que Ciro Gómez Leyva y superó a Francisco Alanís con 15 entrevistas más. Aunado a esto, el conductor de *Así las cosas con Loret* destina tres de sus cuatro bloques a realizar entrevistas.

En este sentido, el periodista y locutor chileno José Zepeda Varas en el libro *La radio más viva y compañera que nunca* (2013) rescata la siguiente idea:

Después de temerla, luego de anhelarla y finalmente de amarla con furor puedo decir, para empezar, que la entrevista tiene un familiar que se le parece pero que no es ella.

Sucede con frecuencia que un colega de la redacción me pida, con urgencia, hacer una entrevista porque el personaje está esperando la llamada desde algún rincón latinoamericano. Me entrega una hoja con el nombre, el número de teléfono, la noticia de agencia y, si ha tenido tiempo, alguna sugerencia. Llamo, pregunto, responde y en tres o cuatro minutos el asunto se despacha. Esta no es una entrevista, es un Q&A, un preguntas y respuestas, La aclaración no tiene el propósito de desmerecer el género, ya que satisface necesidades inmediatas tan características de estos tiempos acelerados. Pero la entrevista pertenece a una categoría que exige mayor tiempo y dedicación (Zepeda, Robles y Roderó, 2013).

Con base a la idea de José Zepeda, lo que Francisco Alanís, Ciro Gómez Leyva y Carlos Loret de Mola presentan dentro de sus programas son preguntas y respuestas. Debido al tiempo que exige la entrevista, no sería posible presentar en 10 días —y tomando sólo el lapso de duración de cada programa analizado—, 32, 48 y 47 entrevistas en los programas respectivos de cada conductor.

Por su parte, Ciro Gómez Leyva está de acuerdo con eso. En la entrevista que me brindó el conductor de *Por la mañana* para esta investigación, rescató que los escudriñamientos que se transmiten por la radio, específicamente en los noticieros deben tener cierta profundidad.

Un noticiero de radio no es el espacio para la gran reflexión científica o intelectual, no lo es. La gente se va, la gente no busca esto. (...) Nosotros consideramos que un noticiero de radio no es el vehículo, no es la plataforma para presentar ese tipo de investigación.

Con base a la definición de líder de opinión del INEP y al análisis que se realizó al contenido de sus programas, se puede concluir que los conductores Francisco Alanís “Sopitas”, de *Sopitas por Aire Libre* 105.3 FM; Ciro Gómez Leyva,

de *Por la mañana* 104.1 FM y Carlos Loret de Mola, de *Así las cosas con Loret* 96.9 FM son líderes de opinión en la radio informativa del cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México.

Francisco Alanís hace una propuesta nueva en la radio noticiosa, al fusionar la radio hablada y la radio musical para demostrar que no está peleada una con la otra como por mucho tiempo se ha creído, según afirmó el conductor; además, su programa está dirigido a un público joven. Ofrece un contenido con formato de revista que le quita un poco la rigidez a la radio informativa al seguir la fórmula que lo ha llevado al éxito en su portal de noticias. *Sopitas* señaló que su página de internet y su emisión radiofónica tienen algo en común: la audiencia a la que va dirigida su transmisión radiofónica es la misma a la que le escribe en *sopitas.com*. Informar a sus radioescuchas rompiendo el estereotipo de un noticiero y compartir la información con su público como si fuera una plática de amigos entre él y sus coconductores, como él mismo lo declaró a *Forbes México* en 2013. Esto posiciona a Francisco Alanís como un líder de opinión en la radio informativa.

Por su parte, Ciro Gómez Leyva se ha consagrado en la radio noticiosa con un formato de noticiero. El conductor ha sido parte de una organización con respecto a la información que se presenta en sus emisiones. Un ejemplo de ello son los recursos periodísticos a los que acuden para llevar la noticia a sus radioescuchas como el seguimiento a los temas que abordan, la crónica en terreno, las notas informativas que los periódicos de circulación nacional publican diariamente, la cobertura de las conferencias matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador, las preguntas y respuestas que desarrollan con interlocutores de la vida pública en México y los reportajes que despliegan en sus transmisiones.

Aunado a esto, el equipo de su producción cuenta con reporteros exclusivos de *Por la mañana*, además de los que forman parte de la emisora y atienden a otros programas radiofónicos de *Grupo Fórmula*. Todo esto permite ofrecer a sus

radioescuchas la mayor información de distintas fuentes, para permitir que éstos tengan sus propias conclusiones, aunque en ocasiones el conductor se permite hacer alguna reflexión muy breve. Además, este programa radiofónico mantiene una disciplina comercial a diferencia de los otros dos analizados, aunque si hay alguna eventualidad en la información, el área de continuidad concede la autorización para no cortar la emisión con un bloque publicitario.

Con respecto al contenido de su programa, Gómez Leyva aseguró que su equipo trabaja la información y la presentan a los ciudadanos, a los radioescuchas que la pueden tomar o dejar o incluso si así lo deciden, tienen la posibilidad de apagar el radio. Sin embargo, *Por la mañana* dirige su contenido a personas adultas que tienen los mismos problemas de convivencia urbana sin importar su edad, género, o cualquier otra condición. Por ejemplo, sus molestias por la inseguridad o la economía.

En tanto, Carlos Loret de Mola, en *Así las cosas con Loret* presenta un programa con elementos de identificación que percibe su audiencia de acuerdo a los temas que aborda y herramientas que permiten reafirmar la postura de sus radioescuchas, los cuales comparten las mismas ideas que el conductor de este espacio informativo, por lo cual, Carlos Loret se permite hacer uso de ese estilo propio que lo caracteriza al presentar la información y que no merma su popularidad con el público de acuerdo con los estudios de *rating* que fungieron como fuente de información para esta investigación.

Aunque el conductor también subrayó que su programa de radio intentaría ser objetivo al rescatar la vieja frase “la objetividad la alcanzan los objetos, no los sujetos”, en esta investigación se verificó que en *Así las cosas con Loret* se hace un mayor esfuerzo por ejercer la crítica y la libertad de expresión del conductor y sus colaboradores que por obtener esa diversidad de voces y la apertura a todos los planteamientos que la emisión presenta, como lo expresó el conductor.

En los monitoreos de esta producción radiofónica se identificó que la sección *Cinco temas de sobremesa*, es la sección a la que se le dedica mayor tiempo. Ésta llegó a registrar hasta 51 minutos de duración de los 120 de permanencia que tiene *Así las cosas con Loret*. Además, es presentada en el primer bloque informativo y, en ocasiones, fue aquí donde se dio introducción a temas que se ampliarían en bloques siguientes.

En este sentido, el público que escucha a cada uno de los tres conductores señalados tiene la libertad de elegirlos a ellos y no a otros que también poseen su espacio informativo en el cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México. Francisco Alanís “Sopitas”, Ciro Gómez Leyva y Carlos Loret de Mola, con estilos y formatos diferentes para ofrecer la información, pueden ser apreciados por sus radioescuchas como una fuente confiable de información y éstos, a su vez, tienen la facultad de poder influir en las decisiones que el público pueda o no tomar. Esta audiencia los posiciona directa o indirectamente como líderes de opinión.

Los líderes de opinión pueden clasificarse en líderes formales e informales. Los primeros pertenecen a grupos constituidos; por ejemplo, el jefe de un sindicato. Este grupo se caracteriza porque su nombramiento es casi institucional y en ocasiones no posee la simpatía de las masas. El segundo tipo, el líder informal, pertenece a grupos de pertenencia no organizada, por ejemplo, el Che Guevara. En esta categoría el líder destaca por la simpatía que mantiene entre la comunidad, sin que ésta le conceda algún nombramiento, (Rivadeneira, p. 197, citado por Vallejo, 1998).

Con base a lo citado por Vallejo, Francisco Alanís, “Sopitas”, Ciro Gómez Leyva y Carlos Loret de Mola son líderes formales a efecto de pertenecer a grupos constituidos. Estos grupos consolidados son sus respectivas emisoras: *Aire Libre*, *Radio Fórmula* y *W Radio*. Aunque las estaciones de radio les proporcionen el espacio en sus parrillas programáticas, cualquiera de los tres puede no poseer la conformidad o el apego del público en general.

En este sentido, los programas noticiosos en la radio del Valle de México tienen un reto; la creación de contenidos informativos atractivos, ligeros y audiovisuales que lleguen a las pantallas de los dispositivos electrónicos con acceso a internet como los teléfonos celulares a través de las redes sociales, que es donde está la audiencia joven.

Esta investigación adquiere relevancia por el contexto que atravesó durante el proceso en que se desarrolló. En septiembre de 2021 se cumplieron los primeros cien años de la radio en México, al respecto Ciro Gómez Leyva expresó que la radio informativa mexicana “goza de buena salud” y con relación a la radio informativa, específicamente, aseguró que quizá hoy hay más programas de los que hubo en épocas de Gutiérrez Vivó, es decir, que ahora existe una amplia variedad de programas, “no creo que alguien pudiera decir hoy que hubo un mejor momento de radio informativa mexicana en su conjunto” subrayó.

En tanto, Francisco Alanís contempló que la radio en general sigue viva y que, a lo largo de cien años, ha evolucionado al recordar aquella época en que no había mujeres conduciendo radio o cuando trabajó en *W Radio* y observó que ahí conservaban el piano donde tocaba José Alfredo Jiménez cuando la música era en vivo porque no había discos.

Por otra parte, la llegada de la pandemia por Covid-19 a nuestro país, en marzo de 2020, modificó las dinámicas a las que estábamos acostumbrados. La emergencia sanitaria por Coronavirus y el consumo radiofónico que se incrementó debido a ella, son una muestra de los alcances con los que cuenta la radio aún en este mundo tecnológico, en donde se le había pronosticado desaparecer frente a la visualidad otorgada por dispositivos como la televisión, los *smartphones* o las computadoras; y en donde sin embargo ha encontrado un espacio mucho más amplio hacia donde expandir sus formatos y contenidos.

Ejemplo de esto, la declaración que Francisco Alanís “Sopitas” dio en entrevista para esta pesquisa:

Pero un dato que a mí me parece muy sorprendente es que, durante la pandemia, el consumo de radio aumentó. Al final del día, la gente no recurrió a los podcasts, a las plataformas de *streaming*. Teniendo todas esas fuentes de información a la mano, el radio fue el que aumentó, lo que te habla de esa credibilidad en el medio y también de esos hábitos y de estas bondades que te ofrece la plataforma. La inmediatez.

Lo que señaló Alanís lo confirma un estudio que realizó la empresa mexicana de investigación de mercados, INRA. En éste se revela que, en las primeras semanas de marzo de 2020, las cuales coincidieron con las menciones del gobierno para hacer un llamado a los mexicanos para quedarse en casa y así evitar los contagios de Covid-19, en forma general, el *rating* de la radio aumentó 12 por ciento con respecto a febrero de ese mismo año. Asimismo, en la tercera semana de marzo, el *rating* de este medio de comunicación creció todavía un 4.3 por ciento con respecto a las primeras dos semanas de ese mes. Pero estos datos no son los únicos que resultan interesantes, la investigación de INRA también señala que, de acuerdo con el contenido de los programas de radio, los programas informativos alcanzaron un crecimiento del 20 por ciento en *rating*. Además, subrayó que tan solo en marzo de 2020 se sumaron 640 mil radioescuchas a la radio en Guadalajara, Monterrey y la Ciudad de México, (Lucas, 2020).

Con base a lo anterior, se entiende la presencia de información abundante durante el análisis a cada programa de esta investigación con respecto a la pandemia por Covid-19, como las cifras diarias de muertos y contagios a causa de la emergencia sanitaria en México y otros países del mundo, las entrevistas con especialistas en materia de salud e incluso con expertos en la producción de biológicos contra el Coronavirus que Francisco Alanís, Ciro Gómez Leyva y Carlos Loret de Mola presentaron durante sus programas radiofónicos.

Actualmente, los líderes de opinión tienen presencia en casi todos los medios de comunicación como la televisión, la radio por supuesto, los periódicos o los portales de internet. Las redes sociales no quedan exentas de tener a estas figuras, pero en éstas pueden convivir con los llamados influencers. Éstos son una herramienta de marketing que resulta interesante para las compañías, combinan sus habilidades para opinar y dan su valoración sobre algún producto o servicio. En este sentido, el *influencer* funciona como portavoz de los mensajes de las marcas, medios de comunicación e incluso de partidos políticos, (Fernández, Hernández-Santaolalla y Sanz-Marcos, 2018). Tal es el caso que se dio a conocer en distintos medios de comunicación nacionales luego de las elecciones para renovar la cámara de diputados y diversos cargos en los 32 estados del país, suceso que el Instituto Nacional Electoral (INE), denominó la elección más grande en la historia de México. Espacios informativos en radio, televisión e incluso portales de periodismo digital dieron a conocer la noticia de que el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) pagó a *influencers* para que éstos emitieran mensajes de apoyo en Instagram, según información reciente de *El Financiero*:

Diez mil dólares por *storie* (video con duración de 24 horas en la red social Instagram) fue la manera en la que el Partido Verde “consintió” a más de 100 influencers y figuras públicas para difundir mensajes de apoyo durante las elecciones intermedias del pasado 6 de junio, violando, de esta forma, la veda electoral.

(...) El pasado 6 de junio, día de la jornada electoral, la Comisión de Quejas y Denuncias del INE ordenó retirar las publicaciones de una serie de influencers y actores en favor del Partido Verde.

La Comisión consideró que esas publicaciones violaron la veda electoral, dado que forman parte de una estrategia de comunicación o campaña propagandística que puede influir en los electores. Por esas razones, el INE decidió abrir una investigación en materia de fiscalización para determinar el posible uso ilícito de recursos con fines electorales.

Algunos influencers o celebridades que participaron en este esquema que violó la ley electoral son Raúl Araiza, actor y conductor; Alex Strecci, influencer con



2 millones 600 mil seguidores; Gabriel Soto, actor de Televisa; Eugenio Siller, actor; Mónica Noguera, conductora; Celia Lora, modelo (*El Financiero*, 2021).

Resulta imprescindible conocer la diferencia entre la labor de líder de opinión e *influencer* para no confundir estas figuras, que conviven en las redes sociales y ambos dan su opinión sobre temas de interés nacional, sin embargo, estos últimos pueden carecer de rigor en el método periodístico para informar.

Andrés Barrios Rubio, director del Departamento de Comunicación Social y cinematografía en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, señaló que los *influencers*, también llamados influenciadores, superan a los líderes de opinión en presencia con respecto a la preferencia del público juvenil porque los líderes de opinión han estado en los medios tradicionales y, dentro del ecosistema mediático, actualmente éstos han perdido espacio en la intención de consumo de los jóvenes.

Aunado a esto, los medios de comunicación tradicionales se han preocupado en menor proporción por idear estrategias para llegar a este sector de la población y poder conocer sus necesidades de consumo de información debido a que existe la creencia de que el público joven sólo consume música. Contrario a esto, Barrios argumentó que existen estudios que se han realizado frente a las audiencias juveniles, en los cuales se revela que ellos si desean contenidos informativos, culturales o deportivos; sin embargo, no los hallan en los medios tradicionales. Además, este público específico demanda información que sea atractiva, ligera, audiovisual y que llegue a las pantallas de sus dispositivos electrónicos como los teléfonos celulares o tabletas.

Asimismo, expresó que las estrategias que puedan surgir para alcanzar a estos consumidores en un futuro deben tener en cuenta la información de calidad y el manejo de ésta para que sea aceptada por la audiencia joven, (UNAL, 2019).

Según Barrios Rubio, los *influencers* ponen de moda temas o productos en redes sociales, pero no los definen ni caracterizan. Su intención es colocar esos

productos en el mercado. Sin embargo, el público consulta a medios de comunicación tradicionales o portales de internet en los cuales verifican el mensaje que reciben y puede ser que en algunas personas logren influenciar, pero en otras surge una confrontación de información que lleva a la audiencia a cuestionar sobre lo que se discute en redes sociales, (UNAL, 2019).

Si retomamos la aportación de Barrios Rubio, podemos contrastar la utilidad que los programas de los tres líderes de opinión que se analizaron en esta investigación les dan a las redes sociales, herramientas que las audiencias tienen a su alcance como una alternativa a la escucha de la radio tradicional y de fácil acceso desde los teléfonos inteligentes con acceso a internet.

Aunque los tres programas radiofónicos analizados cuentan con la disposición de podcast de audio para su escucha posterior y la transmisión sonora en vivo en las respectivas páginas web de sus emisoras, ninguno de los tres compartió este recurso de audio a través de las cuentas de redes sociales que destinan para difundir sus contenidos, salvo Carlos Loret de Mola: la producción de *Así las Cosas con Loret* compartió la URL para escuchar la transmisión en tiempo real de su programa desde la página web de su emisora, en cada entrevista que realizó durante sus emisiones y que anunció en la cuenta de Twitter de *W Radio*.

Respecto a la publicación de los podcasts de sus programas en la página web de sus emisoras, Francisco Alanís “Sopitas” señaló que la intención es que el público pueda acudir a estos recursos para su consulta si por alguna razón no escucharon su emisión completa en vivo, algún fragmento específico o una entrevista en particular. Por su parte, Ciro Gómez Leyva sostuvo que su propósito es tener mayor alcance, multiplicar sus mensajes, que lleguen a más personas, aunque es importante señalar que sus podcasts son fragmentados a diferencia de Alanís y su equipo de *Sopitas por Aire Libre*, quien los presenta completos, quitando sólo las tandas publicitarias.

Con relación a la idea de que los influenciadores o *influencers*, también conocidos como *youtubers*, superan a los líderes de opinión en presencia frente a las redes sociales que señala Barrios Rubio, es relevante rescatar lo que Ciro Gómez Leyva subrayó al respecto: “Dicen: ‘las redes sociales... ahora la gente se informa ahí’. Sí, se informa ahí, pero muchas veces se informa de lo que dimos a conocer nosotros”.

En este sentido, esos *influencers* realizan una curaduría de información en la que retoman distintas fuentes informativas, sean programas de radio o televisión, periódicos de circulación nacional o portales de internet de periodismo digital, de tal manera que los influenciadores no tienen un protocolo, un método de investigación, carecen del rigor que conlleva el periodismo que hay detrás de un líder de opinión en la radio informativa, de sus reporteros, de sus colaboradores, de sus fuentes, etc. Sin toda esta actividad periodística, quizá los influencers, — que han logrado posicionarse dentro de las redes sociales como YouTube, principalmente—, no tendrían el alcance que han captado.

Es imprescindible conocer el trabajo que realizan Francisco Alanís, Ciro Gómez Leyva y Carlos Loret de Mola en la radio informativa del cuadrante de la Zona Metropolitana del Valle de México para poder entender el papel que desempeña un líder de opinión dentro de una colectividad, pero también para explorar sus herramientas, su equipo y toda la labor periodística que hay detrás de ellos y de sus programas radiofónicos para poder brindar la información al público y, en efecto, que éste tome sus propias decisiones con base a las conclusiones que deriven de la escucha de estas figuras en sus transmisiones.

Asimismo, resulta fundamental tener en cuenta las características que componen a los líderes de opinión, su aplicación práctica y la manera en que hacen circular la información hacia sus audiencias cautivas, siguiendo las normativas de la radiofonía, pero incorporando con mayor frecuencia los elementos tecnológicos que les permiten, tanto a ellos como al medio (la radio),

seguir contando con una importante participación en la vida social como informadores y motivadores de la opinión pública.



## ANEXO 1

### Ficha de análisis en la escucha de programas

| <b>IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA</b>                   |  |
|--|--|
| <b>P1. DÍA DE LA EMISIÓN:</b>                        | L – M – W – J – V  |
| <b>P2. FECHA DE EMISIÓN:</b>                         |  |
| <b>P3. MEDIO:</b>                                    |  |
| <b>ESTRUCTURA</b>                                    |  |
| <b>P4. MACROGÉNERO DEL PROGRAMA</b>                  | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Informativo</li><li>2. Deportes</li><li>3. Musical</li><li>4. Participación</li><li>5. Magazine</li><li>6. Magazine informativo</li><li>7. Tertulia</li></ol> |
| <b>P5. DURACIÓN</b>                                  | <ol style="list-style-type: none"><li>1. 30 minutos</li><li>2. 60 minutos</li><li>3. 90 minutos</li><li>4. 120 minutos</li><li>5. Otros</li></ol>  |
| <b>P6. NÚMERO DE CONDUCTORES:</b>                    |  |
| <b>P7. GÉNERO DE LOS CONDUCTORES:</b>                | P4.1. Hombres:<br>P4.2. Mujeres:   |
| <b>P8. CANTIDAD DE BLOQUES:</b>                      |  |
| <b>P9. DURACIÓN DE LOS BLOQUES:</b>                  |  |
| <b>P10. TITULARES:</b>                               | 0: No 1: Sí  |
| <b>P11. CANTIDAD DE TEMAS DESARROLLADOS BLOQUE 1</b> |  |
| <b>P12. CANTIDAD DE TEMAS DESARROLLADOS BLOQUE 2</b> |  |
| <b>P13. CANTIDAD DE TEMAS DESARROLLADOS BLOQUE 3</b> |  |
| <b>P14. CANTIDAD DE TEMAS DESARROLLADOS BLOQUE 4</b> |  |
| <b>PUBLICIDAD</b>                                    |  |
| <b>P15. DURACIÓN DE LAS TANDAS PUBLICITARIAS</b>     |  |
| <b>P18. INFORMACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS:</b>       | 0: No<br>1: Información del tránsito<br>2: Información del tiempo<br>3: Indicadores económicos<br>4: Otro. Especifique:  |
| <b>P19. ATRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE SERVICIO</b> | 0: No<br>1: Mención explícita fuentes propias  |

|  |
|--|
| 2: Mención explícita otras fuentes   |
| <b>P20. RECURSOS SONOROS DISTINTIVOS DE BLOQUE O SECCIÓN</b><br>0: No<br>1: Sí   |
| <b>USO DE RECURSOS EXPRESIVOS</b>  |
| <b>P21. USO DE EFECTOS DE SONIDOS</b><br>P21.1 Presencia: 0: No 1: Sí<br><br>P21.2 Naturaleza de sonido:<br><br>P21.3 Función:   |
| <b>P22. USO DE MUSICALIZACIÓN</b><br>P19.1 Presencia: 0: No 1: Sí<br>P19.2 Función:  |
| <b>P23. CANTIDAD DE CANCIONES:</b>   |
| <b>P25. USO DE SEPARADORES</b><br>0: No<br>1: Sí   |
| <b>TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN</b>   |
| <b>P26. EXISTEN VOCES DISTINTAS A LOS CONDUCTORES</b><br>0: No<br>1: Una<br>2: Dos<br>3: Tres<br>4: Cuatro<br>5: Cinco<br>6: Seis  |
| <b>P27. ÁREAS TEMÁTICAS TRATADAS:</b>  |
| <b>P28. GÉNEROS PERIODÍSTICOS EMPLEADOS:</b><br>1. Despacho<br>2. Nota/Informe<br>3. Crónica en terreno<br>4. Reportaje<br>5. Intervención de los conductores<br>6. Tertulia<br>7. Mesa redonda<br>8. Debate<br>9. Entrevista<br>10. Participación de la audiencia |
| <b>PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA</b>   |
| <b>P29. VÍAS DE PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA</b><br>0: No hay participación<br>1: Teléfono<br>2: Lectura de Redes sociales o web<br>3: WhatsApp<br>4: Otros   |
| <b>P30. ROL DE LA PARTICIPACIÓN</b><br><br>0: No hay participación<br>1: Opinión<br>2: Aportar datos/información adicional   |

**P31. TEMA DE LA PARTICIPACIÓN**

- 0: No hay participación
- 1: Opiniones o datos sobre un tema ya informado
- 2: Opiniones o datos sobre un tema propuesto, pero no desarrollado
- 3: Libre expresión

**ENTORNO DIGITAL**

**P32. USO DE REDES SOCIALES:**

- 0: No usa
- 1: Cuentas propias del programa
- 2: Cuentas generales de la emisora
- 3: Mixtura

**P33. REDES SOCIALES EMPLEADAS:**

- 0: No usa
- 1: Twitter
- 2: Facebook
- 3: YouTube
- 4: Instagram
- 5: Pinterest
- 6: WhatsApp
- 7: Otras. Especificar: \_\_\_\_\_

**P34. APOORTE DE ELEMENTOS MULTIMEDIALES EN REDES:**

- 0: No usa redes
- 1: Usa redes, pero aporta sólo texto
- 2: Información adicional en texto
- 3: Fotografía
- 4: Infografía
- 5: Video
- 6: Hipervínculos a contenidos propios
- 7: Hipervínculos a contenidos de terceros
- 8: Audios adicionales al programa
- 9: Audios del programa
- 10: Otros. Especificar: \_\_\_\_\_

**P35. REDES PLANTEAN INTERACCIÓN:**

- 0: No permiten interacción
- 1: Se interactúa, pero de manera espontánea
- 2: Contenidos incluyen preguntas o llamado a la acción

**P.36 RESPUESTAS:**

- 0: No hay público
- 1: No
- 2: Sí

**USO DE LA WEB DE LA EMISORA**

**P37. PODCAST DEL PROGRAMA:**

- 0: No
- 1: Sí



|   |
|---|
| <p><b>P38. DISPONIBILIDAD PARA ESCUCHA POSTERIOR:</b></p> <p>0: No<br/>1: Sí</p>  |
| <p><b>P39. FRAGMENTACION DEL PROGRAMA</b></p> <p>0: No disponible<br/>1: Momentos destacados del equipo<br/>2: Entrevistas<br/>3: Sólo cuñas<br/>4: Canciones</p>   |
| <p><b>P40. AUDIO EN ARTÍCULOS SOBRE PROGRAMA</b></p> <p>0: No hay contenido<br/>1: Sólo texto de temas del programa<br/>2: Sólo texto + el audio del programa completo<br/>3: Sólo texto + audio destacado<br/>4: Sólo audio completo<br/>5: Sólo audio destacado</p>   |
| <p><b>P41. MULTIMEDIALIDAD EN ARTÍCULOS SOBRE PROGRAMA</b></p> <p>0: No hay o no hay nada más que audio y/o texto<br/>1: Fotografía<br/>2: Infografía<br/>3: Video<br/>4: Hipervínculo a documentos que profundizan<br/>5: Hipervínculo a contenidos propios<br/>6: Hipervínculo a contenidos de terceros</p> |
| <p><b>P42. STREAMING DE VIDEO</b></p> <p>0: No hay<br/>1: Sí hay, con una cámara<br/>2: Sí hay, con más de una cámara<br/>3: La cámara aporta información adicional al audio<br/>4: Las cámaras aportan información adicional al audio</p>  |

## ANEXO 2

### Entrevista a Francisco Alanís “Sopitas”

**Después de tu experiencia en Radioactivo 98.5 FM, Radio Ibero, ¿hubo un lapso en que te retiraste de la radio laboralmente antes de estar en Aire Libre 105.3 FM?**

Sí. Bueno, pues en el inter, yo creo que fue como del 2010 al 2014 porque durante el 2004 empezamos Reactor, yo me salí en el 2010. Me fui al mundial como tres meses y del 2010 al 2014 que entré primero a Ibero y luego a W, ahí sí no tuve nada que ver con el radio, más que lo escuchaba.

**¿Desde qué fecha eres conductor en el programa *Sopitas por Aire Libre*?**

El programa empezó el 4 o 5 de febrero de este año, del 2020.

**¿Por qué fusionar la radio noticiosa con la radio musical?**

Pues creo que... ¿cómo decirlo?, como que durante mucho tiempo la radio está muy segmentada y de repente se cree que hay fórmulas que funcionan. De repente está, por ejemplo, la fórmula musical, o sea, *Los 40* son *Los 40* porque tocan las cuarenta canciones más populares y su fórmula pues es que tocan los cuarenta hits del momento una y otra vez, y es de éxitos y a la gente le encanta, y eso es una fórmula.

Luego está esta otra fórmula que es la radio hablada, que justo hay estaciones como *Radio Fórmula*, que no hay música. Todo el tiempo pasan de un programa a otro. Está de Maxine Woodside a López Dóriga, los deportes, todo el tiempo están hablando. Y por mucho tiempo como que se ha creído o existe esa creencia de que están peleadas unas cosas con las otras, como de “o eres radio hablada o eres musical pero no puedes ser las dos”.

Y, de alguna u otra forma, yo lo que siento como audiencia, primero, antes que nada, como persona que escucha el radio, es que estoy escuchando la radio y

puedo aguantar un ratito las noticias, pero también hay unas cosas en las noticias que la neta no me interesan. Y que también muchas veces entran “de relleno” porque pues tienes un programa que dura tres horas en donde tienes que estar hablando los 180 minutos, pues en algún momento tienes que meter algo ahí que no es tan relevante, pero pues es como para ocupar esos minutos.

Entonces, pues la idea un poco es esa, como decir: “bueno, pues vamos a hablar de los temas que hay que hablar, pero también si te gusta la música acá la puedes disfrutar”. Como que no está peleada una cosa con la otra, insisto. Y al mismo tiempo, es también quitarle un poco de rigidez al formato informativo. Yo no veo, por ejemplo, que el programa sea un noticiario, yo lo veo más como un programa informativo que es como de revista.

¿Por qué? Porque de nueva cuenta, no queremos o no buscamos ser un programa que marque la agenda política del país ni queremos ser como esos señores gritones que están enojados todo el tiempo y reclamar. De repente sí se nos sale porque pues es que también la neta es que el país está “patas pa’ arriba”, pero nuestro objetivo es poder entender mejor o ayudar a comprender mejor los sucesos y las decisiones y qué significa eso en nuestra vida diaria.

### **¿Hay algún código establecido en la radiodifusora para los temas u opiniones que se pueden transmitir al aire?**

No. O sea, de libertad de expresión pues la verdad es que podemos hablar de lo que sea. Creo que el código más bien, que nace de nosotros, es que no damos Fake News, no buscamos humillar o denigrar a terceras personas ni a nadie en general. Es como tener cierto respeto, no ser amarillistas, ni tampoco buscar arrinconar, por ejemplo, a las personas que entrevistamos. Buscamos ser una tribuna neutral, donde si alguien quiere decir, pues los dejamos hablar y cada quien sacará sus conclusiones. De repente puede haber a lo mejor estas críticas de “¿por qué no le acorralaron?”.

Por ejemplo, una experiencia personal que me tocó en un programa de radio, es con los estudiantes de Ayotzinapa, pasó un sábado. El lunes a mí me toca estar en el programa y de repente enlazamos —la producción, que es una producción espectacular—, enlaza con un papá de estos jóvenes desaparecidos y entonces, mientras hablábamos con él al aire, yo en los audífonos tenía a la productora presionándome: “¡Pregúntale cómo se siente!, ¡pregúntale cómo se siente!” y acabó (la entrevista). Y la verdad no le pregunté, porque me parece inhumano como una persona que está pasando una experiencia brutal, todavía preguntarle “¿y cómo se siente?”.

Me parecía como muy amarillista. Acabamos, salimos y le dije (a la productora): “No le iba a preguntar esto, por estox. Ella (la productora) tenía también a lo mejor sus argumentos periodísticos de porqué es información relevante y demás. No estoy diciendo que haya estado mal o haya estado bien, simplemente es algo con lo que yo no me siento cómodo. Es mi opinión. Puedo estar muy mal y puede estar muy equivocada, pero no me siento cómodo arrinconando a las personas. Y más cuando son invitadas a tu programa, como digo, no invitas a alguien a tu casa para agarrarlo a palos. Lo invitas y a lo mejor no te cae bien, pero pues al menos le dices “siéntate, échate un vaso con agua” y listo.

### **¿Cómo es el mecanismo de interacción con los radioescuchas?**

Pues es totalmente digital. La verdad es que hemos buscado armar una línea telefónica, una línea de WhatsApp y demás. No lo hemos logrado, pero al día de hoy es a través de redes sociales.

### **¿Cuáles son las redes sociales que más ocupas?**

Twitter e Instagram.

### **¿Qué recursos periodísticos se emplean para la información que se transmite en las emisiones?**

Contamos con la investigación que hacemos cada uno de los que formamos parte del programa y además las entrevistas que vamos generando, periódicos, también páginas, o sea, hay como varios recursos, no es que haya una fórmula. Al final del día es también, quisiera decir compromiso, pero al menos es el mínimo requerimiento de estar informados de lo que vamos a hablar y de nueva cuenta, no somos expertos en los temas. Para eso estamos invitando a gente que nos ayude a entender. Pero al menos sí tener identificadas cuales son nuestras inquietudes o las preguntas que queremos formular.

### **¿Cómo se les da seguimiento a los temas tratados en el programa para desarrollarlos?**

Pues tenemos unas juntas de producción. Todos los días nos juntamos todo el equipo y vamos comentando: “oigan, vi esto. ¿Qué opinan?, ¿sí?, ¿no?”. Lo vamos discutiendo, lo vamos también calendarizando y ver de nueva cuenta qué es pues más urgente que otro. Y así vamos calendarizando los temas y priorizando y dando seguimiento. Hay temas que, pues sí, a lo mejor vale la pena darles ese seguimiento diario o tres veces a la semana y habrá otros temas que con una vez que los llevamos, ya estuvo.

### **¿Se ha considerado la posibilidad de hacer *streaming* de video en el formato del programa a través de la página web de la emisora o sus redes sociales? ¿Por qué?**

Sí. Es algo que nos piden mucho y que yo me he negado. ¿Por qué me niego? Porque me parece aburridísimo. Está este programa por ejemplo de Aristegui, pues que es una cámara ahí fija. Ves al productor entrando, saliendo, con la escaleta. Tampoco están los invitados, entonces, de repente, cuando está el invitado por teléfono nomás ves a una persona que está ahí que está escuchando los audífonos. Tú tampoco estas oyendo. Me parece muy aburrido y digo, si es para escuchar pues escuchemos.

Entiendo los beneficios y entiendo el porqué puede ser importante, pero siento que el video al parecer no es tan importante. Si hay un *streaming* y es audio, pues hagámoslo de audio. Creo que el video tiene un lenguaje muy diferente para que pueda ser realmente atractivo para la audiencia.

### **¿Cómo ha favorecido o desfavorecido el internet a la emisora?**

Nos ayuda muchísimo. De repente, a mí me escriben personas que viven en Francia o en Estados Unidos, que nos escuchan diariamente a través de internet y también es una realidad que hoy muchas personas nos pueden sintonizar incluso hasta en la Ciudad de México por internet.

En casa es mucho más fácil hoy en día que una persona tenga una bocina inteligente o que ponga el radio desde su celular a que tenga un aparato de radio. Yo, hace mucho que no veo a alguien comprarlo, por ejemplo. O en el transporte público, la gente va con su teléfono escuchando. Entonces sí, sin lugar a duda nos ayuda muchísimo.

### **¿Cuál es el propósito de publicar los *podcasts* del programa en la página web de la emisora?**

Que, si no lo escuchaste, puedas recurrir a consulta. Es mas un material de consulta. Si no escuchaste, a lo mejor te tuviste que bajar antes del coche o moverte a algún otro lado y te perdiste cierto segmento o cierta entrevista o lo que sea, puedas encontrarlo ahí y consultarlo.

### **¿Por qué en el contenido de los programas no se menciona reportes de tránsito y clima?**

La verdad es porque es un programa nuevo. No tenemos los recursos tampoco como para tenerlo y porque empezamos (las transmisiones del programa), y al mes y medio vino el encerrón, vino la cuarentena. Entonces, también como que no sentimos que hay mucha gente en las calles. Ya ahora en las últimas semanas hemos visto normalizado, pero también, no es algo que descartemos. Pero, la

razón de por qué no, te diría: es muy simple. A) porque estamos empezando. B) No tenemos los recursos y C) Se nos atravesó la cuarentena.

**¿Cómo está estructurado el equipo de producción y cuántos colaboradores intervienen?**

En el programa somos Greta, Max y yo conduciendo. Hay dos productores: José Antonio Martínez, que es como el jefe de información, por así decirlo. Que nos ayuda también con la agenda de invitados y hay otro productor que es Carlos Domínguez, que él es el productor más técnico por así decirlo, que nos ayuda con los audios, las grabaciones y demás. Además, tenemos a varios colaboradores. Tenemos, por ejemplo, a una colaboradora de gastronomía, tenemos otra colaboradora de libros, está María Elena Morera que habla de seguridad. Me parece que son cinco colaboradores que tenemos en total, uno por cada día de la semana.

**¿El programa cuenta con reporteros que cubran fuentes específicas?**

No.

**¿Qué se está haciendo en el programa para atraer a la audiencia joven? y ¿cuál es el target (público objetivo) del programa? ¿Por qué?**

Principalmente es una audiencia joven por así decirlo. Yo creo que son personas de 25 a 45 años. Es un poco como el grueso que buscamos y nuestra apuesta es tratar de abordar lo que necesitas saber, por eso, el slogan es “lo que no sabías que necesitas saber”. Es como “te queremos ofrecer un programa donde bien puedas escuchar la opinión de Jesús Silva Herzog sobre la discusión que hubo en la Suprema Corte, pero también puedas escuchar la recomendación de dónde comprar los tamales más ricos de la Ciudad de México con Issa Plancarte, pero también el meme, pero también la NFL y la Champions.

Entonces, es como esa flexibilidad de decir que no tenemos estas secciones rígidas del noticiero de “¡vamos con los deportes!” sino es un poco más amigable e informal. Es el target de la frecuencia, es la audiencia a la que está

dirigida la frecuencia y, por otro lado, también es el target al que nosotros le hablamos en *sopitas.com*

### **¿La producción del programa ha gestionado o consultado estudios de consumo de radio? ¿Por qué?**

Bueno, la frecuencia lo hace mensualmente para poder tomar decisiones estratégicas, son necesarias. Y ellos a su vez, nos comparten algunos números o algunos datos que nos ayudan a entender qué es lo que está ocurriendo y dónde podemos mejorar o dónde tenemos que reforzar.

### **¿Qué se hace para ofrecer profundidad en la información de los temas que se ofrecen a la audiencia?**

Pues buscamos tener voces calificadas para hablar en los temas. Siempre buscamos tener una voz que es especializada, que es una autoridad en los diversos temas, desde seguridad a lo mejor con Alejandro Hope, que en algún momento lo hemos tenido. De repente hemos tenido a Esteban Illades. Sí buscamos tener especialistas en cada tema. ¿Por qué? Porque al final del día, nosotros no somos expertos. A nosotros nos interesa la información, pero necesitamos que nos ayuden a entender o a comprender el impacto de cada suceso.

### **¿Cómo se complementa la falta de recursos visuales en la producción de los programas?**

Creo que al final del día, el radio nunca ha sido visual. Lo complementamos tratando de describir lo ocurrido. Esa es parte de la magia del radio y ya sea con audios. De repente está este audio de lo que paspo ayer, escúchalo. Y a partir del audio puedes visualizar también lo que ha estado ocurriendo.



**¿Cuál es la importancia de respetar los tiempos de publicidad en el horario de cada programa?**

Obviamente es muy importante porque de eso vivimos. Eso nos permite subsistir, pero no existe esa rigidez de “tiene que salir a tal minuto”. Podemos pasarnos, podemos adelantarlos, tenemos esa flexibilidad afortunadamente.

**El próximo año, se celebran los 100 años de la radio en México. En este contexto, ¿consideras que la radio ha muerto o sigue viva?**

Yo creo que está viva. A lo largo de cien años, ha ido evolucionando de una manera bien interesante. El otro día que la W cumplía 90 años, pues poder voltear atrás y ver todo lo que ha pasado no solamente en el país que sería lo más fácil, sino culturalmente hablando desde, por ejemplo, aquella época en que no había mujeres conduciendo radio. Lolita Ayala me parece que fue la primera periodista mujer en tener un espacio noticioso en la historia y la vemos todavía ahorita. Eso quiere decir que no fue hace tanto tiempo.

Entonces, a partir de ello, ver también cómo ha ido cambiando o cómo se ha ido formando la sociedad mexicana desde aquellos momentos. Por ejemplo, yo cuando trabajaba en la W, llegaba a trabajar y tienen ahí un piano donde tocaba José Alfredo Jiménez. Desde esa parte donde la música era en vivo porque no había discos, donde iban y tocaban ahí en vivo, estas presentaciones, estos programas de variedades y demás. Ya hasta temas mucho más modernos donde, en efecto, puede haber esa creencia general de que la radio ha muerto o se está muriendo. Pero un dato que a mí me parece muy sorprendente, es que, durante la pandemia, el consumo de radio aumentó. Al final del día, la gente no recurrió a los podcasts, a las plataformas de *streaming*. Teniendo todas esas fuentes de información a la mano, el radio fue el que aumentó, lo que te habla de esa credibilidad en el medio y también de estos hábitos y de estas bondades que ofrece la plataforma. La inmediatez.

## **ANEXO 3**

### **Entrevista a Ciro Gómez Leyva**

**¿Desde qué fecha eres el titular del programa en Radio Fórmula “Ciro por la mañana”?**

Desde enero. Creo que fue el seis de enero de 2014. Estamos por cumplir siete años ya en la mañana.

**¿Hay algún código establecido en la radiodifusora para los temas u opiniones que se pueden transmitir al aire?**

Un código como tal, no. No lo hay. Hay obviamente un entendimiento de ciertos principios fundamentales de este trabajo como es el no mentir, no insultar, ser responsables con la información, pero un código como tal, no. No lo hay.

**¿Cómo es el mecanismo de interacción con los radioescuchas en tu programa?**

El mecanismo de interacción con los radioescuchas es a partir de sus comentarios. Nosotros hacemos periodismo, lo que hacemos es un programa periodístico de tres horas. Un programa de noticias. No es un programa de servicio social, no es un programa para estar atendiendo demandas de la gente y a partir de eso fijar nuestros temas, aunque en ocasiones lo hacemos. En ocasiones la gente nos va a ver o nos hace llegar información sobre problemas que parecen singulares, parecen problemas menores para un programa nacional y de ahí han salido buenos reportajes, han salido buenos temas. Pero nuestra relación es una relación muy de medio de comunicación, donde ellos sintonizan el programa y nosotros tratamos de darles una información con temas que nosotros suponemos son de su interés.

**Entonces, ¿no hay interacción, por ejemplo, correo electrónico?**

Sí, claro. Tenemos comunicación sobre todo vía twitter, vía Instagram, vía Facebook. Pero es una comunicación donde vemos observaciones, respondemos

algunas de ellas. Pero la definición, el criterio para definir los temas del programa, es nuestro, es de nuestro equipo.

**¿Qué recursos periodísticos se emplean para la información que se transmite en las emisiones?**

Nosotros lo llamamos un programa de noticias. Nosotros lo que tratamos de hacer es cubrir tres horas con material periodístico, material que suponemos, es de interés general para las personas. Desde el principio del programa de la mañana hemos tratado de que sea mucho más un programa de información que de opinión. Nosotros no tenemos mesas de debate. Las llegamos a tener, tuvimos una para las elecciones del 2018 pero son seis semanas. O cuando el aeropuerto de Texcoco, tuvimos una de cuatro semanas, pero privilegiamos, tratamos de privilegiar la información, la noticia, la entrevista, el reportaje, la crónica, la cobertura en vivo sobre la opinión.

En ocasiones tenemos colaboradores que opinan, pero yo te diría en términos de tiempo total del programa, es mucho más la información. Déjame decírtelo así: el manejo de los géneros del periodismo noticioso y del periodismo interpretativo que del periodismo de opinión.

**¿Cómo se les da seguimiento a los temas tratados en el programa para desarrollarlos? Me he dado cuenta de que en tu programa hay temas que quizá sí abarcan no solamente un día, puede ser, por ejemplo, con Padgett, que da seguimiento a ciertos temas.**

En función del interés que sentimos que está despertando un tema. Por ejemplo, a principios de este año, antes de la crisis del COVID, comenzamos a cubrir todos los problemas que trajo el nacimiento del Insabi (Instituto de Salud para el Bienestar) y todos los problemas que estaban dando los hospitales públicos con la desaparición del Seguro Popular y sentimos una respuesta inusual por parte de la gente. Seguimos y seguimos y seguimos y seguimos. Y cuando digo seguimos era todos los días. Y ahí estábamos en los hospitales, y hablábamos con especialistas, en fin, seguíamos con el tema. Y eso fue enero-febrero; y tocó con el inicio de la

crisis del Coronavirus. Entonces, es un tema que yo te diría desde mediados del año pasado, porque desde mediados del año pasado manejamos los problemas en los hospitales públicos. Pero ya con más fuerza, desde enero al día de hoy, no lo hemos dejado ni un sólo día. En parte porque ha sido la gran historia y la gran agenda del año, la crisis del Coronavirus. Pero nosotros llegamos dos meses antes.

Hay temas que aguantan o resisten un cierto tiempo, tienen interés un cierto tiempo y se agotan naturalmente porque el conflicto se apaga. En fin, porque no hay mucho más que informar en ese momento. Entonces el seguimiento depende no tanto de nosotros, sino del interés que sentimos, sigue despertando un tema.

### **¿Cómo ha favorecido o desfavorecido la llegada del internet a la emisora?**

Es que no hay llegada de internet. Nosotros, sobre todo mis colaboradores, pero yo también. Yo manejaba internet desde 1994, 1995. Estamos hablando de veintiséis años. ¡Claro! Cada vez, internet te fue dando más, cada vez te dio posibilidades de investigar y de informarte mayor, luego llegó todo el mundo de las redes sociales. Entonces, para nosotros no es que sea internet, para nosotros es un complemento más para investigar y son excelentes plataformas para reproducir nuestros mensajes: Instagram, *Facebook*, *YouTube*, no se diga *Twitter* o no se diga nuestras páginas en internet. Entonces, para nosotros internet es lo que una cámara de televisión o un micrófono. Son instrumentos para producir y para reproducir. Y también para tener interacción con radioescuchas televidentes.

A nosotros ya nos cuesta mucho hacer esa diferenciación. Aproximadamente, el programa de radio.

**A mí me parece interesante y quise tomar este punto en la entrevista porque, curiosamente, todos los monitoreos que he estado haciendo de tu programa, los hice a través de internet.**

Es que, a nosotros ya nos cuesta mucho hacer esa diferenciación. Aproximadamente, en el programa de radio, un estudio, creo que fue de hace uno o dos años; dos terceras partes de nuestros escuchas lo hacían en los coches, sobre todo en el Valle de México. La otra tercera parte lo hace en hogar, y para nosotros ya no es ninguna diferencia si el hogar es tu teléfono donde pones y puedes escuchar el programa o si tienes un radio, un radio de bulbos o un radio de transistores o un radio de esos en los que llevabas los walkman, no los walkman, los cassettes para reproducir. Entonces, pues para nosotros (señala un teléfono celular sobre la mesa), esto es un radio.

**¿Cuál es el propósito de publicar los *podcasts* o los fragmentos de tu programa en la página web de la emisora?**

Tener mayor alcance. Y por eso los tenemos en *YouTube*, y por eso reproducimos el programa de radio sobre todo en *Twitter*, pero también algo en Facebook. Nuestro programa, que todas las mediciones es el que tiene mayor auditorio en México, en una buena mañana, según nos han dicho, podemos alcanzar un poco más de un millón de personas en las tres horas, más o menos. Si a ese millón de personas le podemos sumar tres mil que te escucharon en podcast, 50 mil que escucharon una entrevista en Twitter, 14 mil que vieron tal cosa en *YouTube* o en *Facebook*, pues estamos multiplicando nuestros mensajes y lo que hacemos nosotros, lo hace todo mundo. Eso también son las redes sociales porque dicen: “las redes sociales... ahora la gente se informa ahí”, sí, se informa ahí, pero muchas veces se informa de lo que dimos a conocer nosotros.

Por ejemplo, en televisión, te pongo un caso. Ha habido, no siempre, pero ha habido noches que tenemos un buen *rating* y podemos tener, hemos llegado a tener 130 mil, 140 mil personas viéndonos en *Facebook Live*, lo cual es buenísimo. Cuando tenemos un número así, quiere decir que vamos a tener alrededor de 900

mil personas, ochocientas, novecientas, quizá hasta cerca de un millón viéndonos en televisión. Pero se da el caso de que un video de dos o tres minutos que saquemos esa noche, lo pueden ver 4 millones de personas o 5 millones, o 7 millones de personas. No sé si de personas o de vistas, como sea, tienes 7 millones de registros.

Y si además en *Twitter* nos vieron 25 mil, y si además en el canal de YouTube nos vieron 12 mil o 14 mil, pues es buenísimo. ¡Eso es! Cuando dicen “no están preocupados por la base de las redes sociales”, al contrario, nosotros producimos, desde luego fundamentalmente, para un auditorio de radio nacional en la mañana, pero también estamos produciendo para Telefórmula, estamos produciendo para las distintas redes sociales. Nosotros y la mayoría eh, prácticamente todos hacen lo mismo.

### **¿Por qué en el contenido de los programas no se mencionan reportes de tránsito y clima?**

Los de clima claramente porque queremos, y siempre nos hemos asumido como un programa nacional. Entonces, tendríamos que tener una sección amplia de reporte meteorológico nacional, no creemos que aportemos mayormente con eso. Y lo de tránsito, pues lo mismo. Es que, en la radio, en verdad sí nos escuchan en La Paz, Baja California Sur, sí nos escuchan en Saltillo y sí nos escuchan en Oaxaca, y sí nos escuchan en Fresnillo, Zacatecas y en Acapulco.

Entonces, ¿para qué les vamos a dar un reporte de que hay un congestionamiento aquí en el Eje Sur 10 e Insurgentes?, ¿no? Si hay una manifestación, si hay un conflicto en torno o un conflicto que está alterando o afectando la circulación en el Valle de México, pues lo cubrimos, pero lo cubrimos como conflicto. Sabemos que hay estaciones que su fuerza metropolitana es esa, lo nuestro no. Tienes que sacrificar ciertas cosas si pretendes llegar a un auditorio nacional. Aun así, también en el Valle de México nuestro programa tiene más rating que cualquier otro.

## **¿Cómo está estructurado el equipo de producción y cuántos colaboradores intervienen?**

Te podría decir que es una estructura de mando muy sencilla, muy vertical y muy elemental y parte del principio de tener un equipo de colaboradores que se mueven con enorme libertad. La estructura de mando es muy sencilla: yo dirijo el programa y hay un productor general que co-dirige el programa conmigo que es Manuel Feregrino, ahí empieza y ahí termina la línea de mando. No hay más línea de mando. Y todos los demás, las ocho o nueve personas que están en el equipo, todos son reporteros, todos son redactores, todos pueden entrar al aire, pueden co-conducir en ciertos momentos. Todos desde luego, se les exige que estén proponiendo temas, que estén generando notas y por supuesto son todos los reporteros, se les asigna cubrir ciertas cosas.

Entonces, es muy vertical en cuanto a la toma de decisiones generales y absolutamente horizontales. La idea es que fluya la creatividad de todos. Y por eso, si ves el perfil, ahí sí es un programa totalmente diferente a cualquiera que haya existido. Los programas de radio son: el conductor, a veces tienen co-conductor y él manda y da instrucciones, pero no tiene sentados a sus colaboradores, a sus reporteros que en ocasiones están todo el programa y no están nada más ahí contestando el noticiero, no. Entran y ellos toman dominio, toman el control del tiempo y del micrófono en ese momento e interactuamos: Miriam Moreno, Marco Silva, Ricardo López, Lourdes Munguía, Humberto Padgett. Incluso los pocos colaboradores fijos que tenemos como Germán Martínez, no hablan y dicen, y dan su nota, y se van, no. Entran a hacer radio y radio también es entretener, que esa es la otra diferencia.

Nosotros no pensamos en audiencias. Nunca usamos, es más, nos choca el término “audiencias” y “derecho de audiencias”. Nosotros nunca hablamos de “el público”, nosotros hablamos del radioescucha. Y el radioescucha es una persona que, con absoluta libertad, en el momento que se le pegue la gana, nos puede mandar a volar. Eso de que nosotros manipulamos y controlamos, pero

¿cómo te voy a manipular a ti? si a ti en el momento que quieras, le puedes hacer así (da un toque a la pantalla del celular con su dedo) a tu teléfono, a tu radio, a tu coche y me desapareces. Y no tienes que dar cuentas a nadie, no tienes ningún problema ante nadie, nadie te va a multar por cambiarnos de estación.

Entonces lo que tratamos de hacer siempre es de seducirlos (a los radioescuchas), es decirles “quédense con nosotros”. ¿Por qué?, porque aparte de que aquí tenemos la información, aquí se las podemos platicar o presentar de una manera que nosotros tratamos de que sea agradable, que sea atractiva. Esa es la esencia de este negocio, sea la prensa escrita, sea la televisión, sea en la radio: seducir. Nosotros estamos tratando de seducir permanentemente a una persona que tiene muchas opciones, entre otras, la de apagar el radio y ponerse a hacer otras cosas. Pero si lo que quiere es escuchar radio, en ese momento tiene muchas opciones. Si se queda con nosotros es porque se quiso quedar con nosotros y por eso sí es para nosotros eso, cuando se empiezan a poner aburridos (quienes están en el micrófono), “¡sape!”. Y por eso, si tú los ves, entra uno y sale otro pero además tienen un lenguaje radiofónico, se avientan rollos larguísimos. Entienden la velocidad, entienden el ritmo, entienden los momentos en que hay que subrayar una emoción. Entienden el lenguaje, la gramática y la emoción del medio.

**¿Qué se está haciendo en el programa para atraer a los radioescuchas jóvenes? y ¿cuál es el radioescucha objetivo al que va dirigido tu programa? y ¿por qué?**

Nosotros, nuestro radioescucha objetivo va de los 18 años a los 75. Y pongo 75 por poner una edad para determinar. Nosotros vamos a personas que consideramos que tienen interés en la información, a las que tratamos de darles la información lo más completa posible con el mayor rigor posible, en ciertas ocasiones con una valoración y un punto de vista y tener una gama de temas que les puedan resultar interesantes.



Si hiciéramos un programa pensando en chavos de 21 años, ¿y qué hacemos con los de 40 que son muchísimos? Entonces yo te diría sí, seguramente no es un programa para chavos de entre 18 y 24 o 25 años, que no sé qué otro programa de radio escuchan, no lo sé, de noticias. A lo mejor escuchan otro programa de noticias, no hay uno que digas “dominante”. Pero a partir de los 25 años (de edad) la gente nos escucha, 25 años es un niño y es un ciudadano hecho y derecho. Es alguien que tiene un criterio, es alguien que si nos está escuchando es porque está buscando un plus informativo, por eso nosotros le hablamos a adultos y nos da lo mismo si ese adulto tiene 25 años o 63. Son adultos. Traen, quitando temas de salud y de algunas complicaciones por edad, su problemática en términos de economía ahí está. Algunos tienen problemas de retiro, que no los contratan por viejos, otros por jóvenes, pero sus problemas de inseguridad, sus problemas de convivencia urbana son básicamente los mismos.

**¿La producción del programa o la emisora, ¿con qué periodicidad consulta o elabora estudios sobre consumo de radio?**

No sé, eso habría que preguntárselo a ellos, pero cada tanto, dos o tres veces al año nos pasan reportes, distintos reportes que además son muy estables. El consumo de nuestro programa este año no es muy distinto al del 2015 por ejemplo.

**¿Qué se hace en tu programa para ofrecer profundidad en la información que se presenta?**

Habría que definir qué entendemos como profundidad. Para nosotros los noticieros de radio y de televisión; los noticieros, no estoy hablando de la radio en general, no estoy hablando de los documentales en una pantalla de televisión, las investigaciones que se pasan por radio, los noticieros de radio y televisión deben tener una cierta profundidad, punto.

Un noticiero de radio no es el espacio para la gran reflexión científica o intelectual, no lo es. La gente se va, la gente no busca esto. Ahora, ¿vas a hacer una reflexión? Hazla breve y hazla de una enorme calidad en tres minutos, en seis,

en cuatro minutos, pero no es el espacio para la profundidad. “Es que no hacen los grandes reportajes de investigación”, verdad y falso: sí hay mucha investigación. Ahora, que no son los reportajes a los que les invertimos seis meses para presentarlo en doce capítulos, no. ¿Por qué? Porque nosotros consideramos que un noticiero de radio no es el vehículo, no es la plataforma para presentar ese tipo de investigación, lo puedes hacer eventualmente.

Hay otros programas que dicen, dicen que hacen grandes trabajos de investigación y primero, ni son grandes trabajos de investigación y segundo, son un desastre en rating. Y en este negocio si no te escuchan, si no te ven, si no te leen, ¡es pura vanidad, eh!

**Sé que a partir de las ocho de la mañana entras a hacer transmisión en *Telefórmula*. En los primeros bloques, antes de hacer esta transmisión en *Telefórmula*, ¿cómo complementan la falta del recurso visual en la información?**

No, de ninguna manera porque de 7 a 8 estamos en radio nada más, entonces estamos haciendo radio, ahí no necesitamos preocuparnos por la televisión. Por lo demás, y esto también lo digo y luego me critican mucho en *Fórmula*: una cosa es el lenguaje de radio y una cosa es el lenguaje de televisión. No es que sean incompatibles, pero son muy difíciles de armonizar. La televisión es fundamentalmente emociones; la televisión te reclama puentes musicales, transiciones, emociones muchas veces sin palabras. La radio no. Entonces, nosotros desde que estábamos en el programa de la tarde hace casi 20 años, tomamos la decisión y así se la transmitimos a los directivos de *Fórmula*: nosotros vamos a hacer radio. Ahora, ¿quieren que salga en *Telefórmula*? Ilustramos radio.

Si tú ves la manufactura de nuestro programa en la noche en televisión (Imagen Televisión) con *Telefórmula*, pues no tiene nada que ver. En la noche producimos televisión, en la mañana ilustramos radio. Tratamos de ilustrarlo bien o lo mejor que se pueda, pero nosotros hacemos radio, con ritmo de radio, cuando estamos recuperando una pieza que pasamos en la televisión, la platicamos

precisamente porque en televisión puede ser muy emotiva una transición de 40 segundos de una persona que se va arrastrando y le metes música, y ves cómo va llegando... Pues eso en radio, ¿cómo le haces? son lenguajes muy distintos. En la mañana de 7 a 10, hacemos radio. Dos de esas tres horas las ilustramos de la mejor manera que podemos, tampoco invertimos grandes recursos en eso. En la noche aquí (Imagen Televisión), producimos televisión, lenguaje televisivo.

**Esa ilustración de radio, como tú la llamas, ¿fue a solicitud de la emisora?**

Pues es que tenemos que salir también por *Telefórmula*. Ahora, el negocio, la facturación, el alcance del programa está 9-1; radio contra *Telefórmula*, si no es que 9.5 – 0.5, entonces tampoco hay mayor reclamación. En la mañana lo que vende es la radio. Lo que “cae” de *Telefórmula*, bienvenido, ¿no? En público o en facturación, lo que sea. Pero es un programa de radio. Así lo hemos vivido siempre y así lo seguimos viviendo y así lo planeamos y así lo producimos y así lo ejecutamos.

**¿Cuál es la importancia de respetar los tiempos de publicidad en el horario de cada programa? Me he dado cuenta que, no sé si esté bien o esté mal decirlo pero, en tus programas los cortes son puntualísimos.**

Así es en todo Fórmula, porque Fórmula es una cadena nacional y hace muchos años, creo que esto lo aplicaron por el 2003, 2004... Dijeron: “nos vale gorro que seas López Dóriga o Pepe Cárdenas, los cortes van a ser a tal hora”. Y si tú no cortas, ¡pum! te cae la guillotina. Es muy agresivo para el programa, pero es la única manera de meter una disciplina comercial. No sabes cómo protestamos, nos quejamos, lloramos, nos enojamos en el 2003, 2004, 2005 y 2006.

Ahora... vamos a tener la entrevista que todo mundo ha buscado. No sé, Guillermo Padrés, prófugo de la justicia, toma la decisión de irse a entregar a nuestro programa, cosa que hizo -por cierto, se van a cumplir cuatro años-, en noviembre de 2016. Nos hablaron sus abogados, nos dijeron: “ya está cansado de huir, va a ir a tu programa y ahí va a decir que está listo para de aquí salir a ir al reclusorio”. Cosa que ocurrió evidentemente. Nosotros, 10 minutos antes, porque

no podíamos decirle a nadie, 10 minutos antes hablamos con toda la gente de producción: “va a pasar esto, no va a haber cortes”. Y fue una hora sin cortes. También, o si traes una entrevista muy especial o una cobertura, avisas. Avisas a continuidad y obviamente te dan ese permiso. Pero así son las reglas en *Fórmula* que, por cierto, ya se están adaptando y adoptando en otras estaciones. Si no, es una locura, imagínate.

**Entonces, este tema de la publicidad en margen de horario ¿es cosa de la radiodifusora?**

Yo ni lo oigo. Nosotros cuando nos vamos a corte, nos cortan el audio: “¡aire!”. Entonces, es cuando nosotros hablamos: “¿qué sigue?, ¡aquí nos equivocamos!, esto y tal, tal...” o aprovechamos para terminar de leer periódicos, para preparar la siguiente entrevista. Pero nosotros no escuchamos, yo no escucho porque así es el sistema en cabina. Sí lo podría escuchar (el corte publicitario), pero ¿para qué quiero estar escuchando los anuncios? No lo escucho.

**¿Por qué no hay interacción con la audiencia en las cuentas de la emisora o del programa en redes sociales? A esto me refiero, por ejemplo, se sube la nota de lo que se habló, incluso a lo mejor se sube la entrevista, el audio grabado. Pero la audiencia comenta y bueno, no sé quién lleve las redes de tu programa o de la emisora... No he notado que tengan...**

¿Qué nosotros participemos? Te soy muy honesto, porque eso demanda muchísimo tiempo y te metes a un universo que no es en donde estamos nosotros. Yo te decía, nosotros hacemos un programa periodístico, un programa en el que nosotros informamos y tratamos de hacerte interesante la información. Nuestro programa no es un programa de periodismo civil ni de periodismo de participación ciudadana. Es un programa periodístico. Es como un periódico, pues un periódico se edita y publicas tus notas y tú sabrás si lo lees o no lo lees.

Para eso necesitaríamos una cantidad de recursos que no tenemos; de tiempo, que no sé si invertiríamos y ¿para qué?, ¿para tener a dos o tres personas contestando a mi nombre? Primero ¡qué riesgo!, ve tú a saber qué cosas pongan y

segundo, ¿para qué? Ahí tienes que tomar ciertas decisiones y decir “bienvenidas todas las opiniones”, algunas las comentamos al aire. Pero es un programa informativo. Un programa informativo es: tú trabajas la información, la presentas para un ciudadano, para un radioescucha que la puede tomar o dejar.

**¿Por qué dedicar tiempo y espacio en el programa a las conferencias matutinas del presidente López Obrador?**

Porque pensamos que sigue siendo un hecho noticioso relevante porque ahí hay información, porque es información viva. Porque es un fenómeno totalmente novedoso en México, y en el mundo; porque suelen ser muy noticiosas, cuando son muy noticiosas les damos más minutos. Siempre estamos pendientes. Y hay días en los que le podemos dedicar 30 minutos del programa, en diferentes momentos, a “la mañanera” (conferencia matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador); y hay días en los que le dedicamos dos. Pero lo que hacemos es estar atentos porque ahí hay información. Digo, en muchas ocasiones el presidente... bueno, ese es el espacio para hacer anuncios de su gobierno. Básicamente los hace en “la mañanera”, pues ahí lo cubrimos y en ocasiones es muy interesante, en ocasiones es apasionante y en muchas ocasiones incluso la usamos (la conferencia) para responderle.

**¿Consideras que la hibridación de la radio con el streaming de video, como lo platicamos hace un momento, potencializa a la radio?**

Por supuesto

**¿Por qué?**

Sí potencializa por lo que te decía. ¿A qué te refieres concretamente con hibridación?

**Tenemos a la radio, estamos metiendo un streaming, bueno, en Telefórmula pero también se puede ver en internet...**

¡Pero por supuesto!, si nosotros en radio llegamos a cinco personas y en streaming llegamos a dos, para nosotros son cinco más dos, son siete personas que están escuchando nuestra producción. Y si además son cinco de radio, dos de streaming y cuatro de redes sociales, entonces son once personas que lo están escuchando. Si a eso le pones un cero de más, son 110, si le pones tres ceros de más son ciento y tantas mil personas. Bienvenido todo.

**Ciro, ¿cómo digieres las críticas hacia tu trabajo por parte de otros colegas o el público en general?**

Mira, llevo ya muchos años en esto y hay también un aprendizaje. Y ese aprendizaje implica también una tolerancia a la crítica. Entonces, por ejemplo, toda esa crítica malsana en las redes sociales ni la veo, ni me entero. Mi equipo de gente, nuestros *community managers* cuando hay algo relevante me lo hacen saber: “oye, fulano de tal, tal...” o “se dio una tendencia por esto...”. Y también aprendes a diferenciar la crítica, quienes hacen una crítica con conocimiento, con una cierta neutralidad y quiénes no. A nadie le gusta que lo insulten, a nadie le gusta que le digan que su trabajo es malo, pero tampoco es para tanto, entonces uno con el tiempo va aprendiendo a convivir con la crítica.

Hace 25 años me tenía de mal humor: “¿cómo dijeron eso!, ¿cómo dudan de nuestra honorabilidad?”, y pues hoy es el deporte nacional. Hoy vivimos la cultura de la cancelación. Hoy hay movimientos perfectamente organizados - movimientos políticos-, organizados sobre todo a través de las redes sociales y también de ciertos medios, cuyo objetivo es mermarte, debilitarte como para ver si te pueden sacar por esa vía. Entonces, aquí estamos y si al día siguiente estás “al aire” es que no ha pasado nada.

**Tu trabajo lo conocemos, desde CNI Canal 40, Radio Mexiquense, Milenio, Expansión, ahorita estás en Imagen, en Fórmula, pero sí has tenido acercamiento con radio. Entonces, quiero preguntarte. El próximo año se cumplen, se celebran los cien años de la Radio en México, en todo este tiempo de tu trayectoria ¿cómo visualizas a la Radio?, ¿ha muerto como se ha dicho?**

A ver, ¿a la Radio en general o a la Radio informativa?

**Me gustaría saber a la Radio en general y a la Radio informativa que es donde estás tú.**

De la Radio en general te pido me disculpes, pero no tengo mayores elementos para hacer un análisis. No soy un seguidor. No sé cómo están sus audiencias. No estoy muy al tanto de sus programaciones y no sé, por ejemplo, si en Guadalajara están haciendo buena Radio, si en Tijuana están haciendo... No, no estoy al tanto de la Radio en general.

La radio informativa goza de —como dice el presidente—, de cabal salud. Hoy es tan fuerte como pudo haber sido en el momento que tú quieras. Al menos desde que yo escucho Radio informativa —finales de los 80—, estamos hablando de 30 años ya, 32, 35 años. Hoy hay tantos programas o hay muchos más programas de los que había entonces. Hoy quizá haya más programas de los de las épocas de Gutiérrez Vivó y de más que a los finales de siglo y principios de este siglo. Hay una variedad tremenda de programas, de contenidos y, yo creo —por los programas que de repente escuchamos, escuchamos fragmentos de los programas—, yo creo que se hacen buenos programas informativos en diferentes horarios.

Entonces, yo creo que la Radio informativa mexicana hoy goza de tan buena salud como la que tenía hace cinco, hace diez, hace quince, hace veinte, quizá hace veinticinco años. No sé y no creo que alguien pudiera decir hoy que hubo un mejor momento de radio informativa mexicana en su conjunto. Y además estoy hablando de los excelentes programas que hay fuera de la Ciudad de

México. Hay excelentes programas en Sinaloa, hay excelentes programas en Baja California, en Nuevo León, en Veracruz, en Yucatán. Sé que en San Luis Potosí tienen excelentes programas también y en la Ciudad de México habrá programas con cierto auditorio, cuando menos en los diferentes horarios, unos 25 que tienen un auditorio más o menos estable. Perdón, ¿qué más quieren?, ¿los 25 son malos?, ¿los 25 están vendidos?, ¿los 25 mienten?, ¿los 25 son aburridos? (niega con la cabeza).

**En tu programa *Por la mañana*, ¿se cuenta con reporteros que cubran fuentes específicas puntuales?**

Sí, claro, sí. Nosotros tenemos un equipo de cuatro reporteros del programa que son los que hacen trabajos, digamos especiales, coberturas para nuestro programa. Son: Humberto Padgett, Miriam Moreno, Lourdes Murguía —que acaba de regresar porque acaba de tener a su bebé—, y Marco Antonio Silva. Más todos los demás que de repente pueden salir a hacer reportajes y trabajamos con la red de reporteros de Radio Fórmula, que son siete u ocho: Juan Antonio Jiménez, Maru Rojas, Sara Pablo —que es la que está en las mañaneras—, que ellos trabajan para todos los noticieros de Fórmula, ellos son los que nos dan los reportes y son muy buenos. Ellos trabajan, lo mismo salen conmigo que en programas de Denise (Maerker), con López-Dóriga, con Azucena. Salen en todos los programas y son muy buenos, y muy buenos cuates todos.





## ANEXO 4

### Ejemplo de monitoreo al programa *Sopitas por Aire Libre*

***Sopitas por Aire Libre 105.3 FM***

**(28 agosto 2020)**

CORTE

#### ***BLOQUE 1***

Sopitas, Greta y Max dan bienvenida al programa. Sopitas presenta trilogía musical del día. Los conductores dan avances de los temas que tocarán en el programa: Jesús Silva para hablar sobre la Orquesta Imposible de Alondra de la Parra, recomendación de libro, y día del *gamer* Concha León Portilla para conversar sobre el día del adulto mayor que se celebra el día de hoy.

Se escucha spot con voz de Sopitas “quédate en casa”

CORTE

#### ***BLOQUE 2***

Sopitas y Max comentan los titulares de los periódicos de circulación nacional: “Cancelarán 10 subsecretarías en el gobierno”, *Milenio*; “AMLO: habrá juicio y castigo si hornos no repara el daño”, *La Jornada*; “CNDH se fractura por caso Iguala”, *Excélsior*; “Pide diputado morenista cárcel para periodistas”, *Reforma*; “Operan rifa del avión presidencial en Pemex”, *El Universal*.

Sopitas presenta a Concha León Portilla para hablar vía telefónica sobre el día del adulto mayor. Duración aproximada 7 minutos.

CORTE

#### ***BLOQUE 3***

Se escucha resumen de notas del portal [sopitas.com](http://sopitas.com)

Sopitas comparte la plática (en inglés) grabada con el cantante Brendan Benson. Se hace una pausa para escuchar una canción del intérprete y se continúa con la transmisión de la entrevista. Posterior a la entrevista, Greta y Sopitas comentan la entrevista en español.

Se escuchan mensajes de voz de personas sobre “lo positivo que me ha dejado la cuarentena”.

CORTE

#### **BLOQUE 4**

Sección viernes de libros: Sopitas platica con Elvira Liseaga vía telefónica del libro *Encuéntrame*, un libro sobre la intimidad, diferentes formas del amor. Cada capítulo de la novela es un tiempo diferente, libro polémico porque hay mucha expectativa. Hacen una invitación al auditorio del programa el 3 de septiembre a la presentación del libro.

Sopitas anuncia la muerte de El Loco Valdés a los 89 años de edad.

CORTE

#### **BLOQUE 5**

Sopitas platica vía telefónica con Jesús Silva para hablar sobre la Orquesta Imposible de Alondra de la Parra. El evento hará que estén en contacto con otros artistas como la bailarina Elisa Carrillo y Alondra en el teclado. Conectará los dos eventos que sucedieron en el 2020: la pandemia y el grito de hartazgo de las mujeres en protesta contra la violencia. El vestido de Alondra evoca las jacarandas de la Ciudad de México. La duración de la pieza es de 13 minutos y corre a cargo de la supervisión de Alondra. Duración aproximada 13 minutos.

Se escuchan mensajes de voz de personas sobre “lo positivo que me ha dejado la cuarentena”.

CORTE

#### **BLOQUE 6**

Sopitas retoma el desabasto de medicamentos para niños con cáncer de la Casa de la Amistad, y platica con Paulina Clusa integrante del Patronato Casa de la Amistad vía telefónica sobre el tema de un proyecto para que los niños con cáncer lo puedan celebrar el “Día del *gamer*” que será el día de mañana. A través de la

página de casa de la amistad se pueden hacer donaciones para el sustento de esta Casa. Duración aproximada 7 minutos.

Greta presenta cápsula para hablar sobre los videojuegos y películas. Duración aproximada 13 minutos.

Los tres conductores despiden el programa.

*Se escucha resumen de las noticias del programa en sonidos, sin voz en off y con chispazos para separar las noticias.*

Se escucha rúbrica de fin del programa.



## ANEXO 5

### Ejemplo de monitoreo al programa *Por la mañana con* Ciro Gómez Leyva

*Por la Mañana con* **Ciro Gómez Leyva 104.1 FM**

**(12 de agosto de 2020)**

#### ***BLOQUE 1***

Se escucha rúbrica de entrada. *Ciro* da bienvenida. Da cifras de muertos y contagios por COVID. Da avances; denuncia de Emilio Lozoya, acusación a Peña Nieto y Luis Videgaray con German Martínez y Roberto Gil. Venta de gasolina ilegal en Chiapas, robo en el museo de juguete antiguo, declaración del doctor Grajales preso acusado por homicidio en pandemia.

CORTE

#### ***BLOQUE 2***

Se incorpora Manuel a la conversación y se retoman en tiempo real los temas de la mañanera, Miriam comenta el caso de Emilio Lozoya; hay cuatro testigos, testimonio de Lozoya, un video. *Ciro* retoma la nota de Milenio para abordar los supuestos testigos de la declaración de Emilio Lozoya. Se hacen señalamientos de posibles implicados, de acuerdo con los testigos que publica el periódico Milenio. *Ciro* se cuestiona una vez más como cada día, sobre los muertos en México a comparación de India que tiene más habitantes.

Roberto Gil (abogado) se integra a la conversación para comentar el caso Lozoya. Compara el trato de éste con el de Rosario Robles. Emilio sigue siendo imputado, pero deberá presentarse ante un juez como denunciante. Se le acusa de asociación delictuosa, cohecho y lavado de dinero. *Ciro* interrumpe la plática para ir a escuchar en tiempo real al presidente López Obrador en la conferencia mañanera sobre el caso Lozoya. Se señala al ex presidente Peña Nieto y Calderón. Se vuelve a la conversación, Gil: “El presidente encuentra en la justicia levantar su popularidad”. *Ciro* les da más importancia a los muertos por coronavirus.

CORTE

### **BLOQUE 3**

Deyanira hace resumen de información: muertes y contagiados por COVID, denuncia caso Lozoya, consulta ciudadana para procesar ex funcionarios, dólar \$22.31.

Everardo Moreno se integra para abordar lo informado ayer por el fiscal general y lo que dijo hoy el presidente. Se va a poder acoger al criterio de oportunidad. Las denuncias de hechos deben mantenerse en confidencia, de lo contrario se viola el derecho a presunción de inocencia. “No tiene sentido que el fiscal haga pública una denuncia de hechos”.

Manuel y Miriam comentan en tiempo real el monitoreo de la conferencia matutina del presidente. Siguen con el tema Lozoya con las firmas que debe hacer el imputado para el proceso. Manuel hace comentarios sobre este caso, dice que el juez irá a casa de Lozoya. Ciro vuelve a mencionar muertos por coronavirus y asevera que no se ha tenido control de la pandemia. Manuel dice que el presidente y López Gatell son los responsables de esas muertes.

Ciro adelanta el tema de huachicol en Chiapas en la crónica con Humberto Padgett.

CORTE

### **BLOQUE 4**

Deyanira hace resumen de información: muertes y contagiados por COVID, denuncia caso Lozoya, consulta ciudadana para procesar ex funcionarios, dólar \$22.34.

Manuel menciona redes sociales de forma muy rápida: cuentas personales de Ciro en twitter, de la emisora y línea telefónica de la estación.

CORTE

### **BLOQUE 5**

Ciro menciona temas de la mañanera del presidente: “Yo veo al presidente eufórico”. El abogado Germán Martínez se integra a la conversación vía telefónica

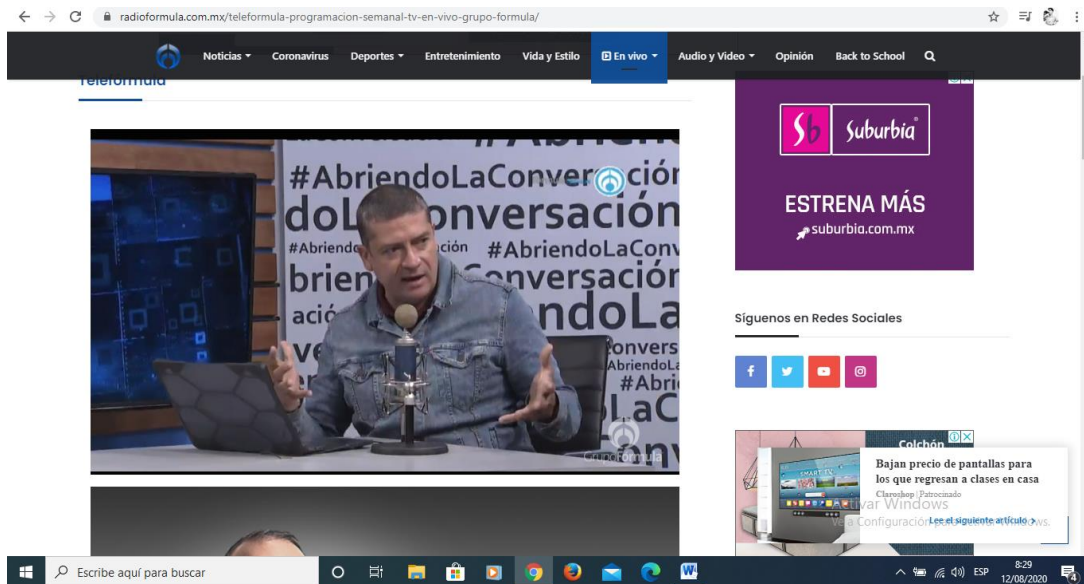
para hablar de los beneficios que la ley le da a Lozoya como testigo colaborador: “Tiene que haber un procedimiento mayor”. “Lozoya no es testigo protegido, es un imputado”. Martínez asevera que el trabajo del fiscal va bien y no ve eufórico al presidente a diferencia de Ciro. “Lozoya no es tapadera del coronavirus ni viceversa. Las dos cosas deben atenderse” dice el abogado.

Manuel cuestiona si no hay error por el fiscal en caso Lozoya. Martínez se basa en código penal para argumentar su postura. Duración 8 min. aprox.

CORTE

## BLOQUE 6

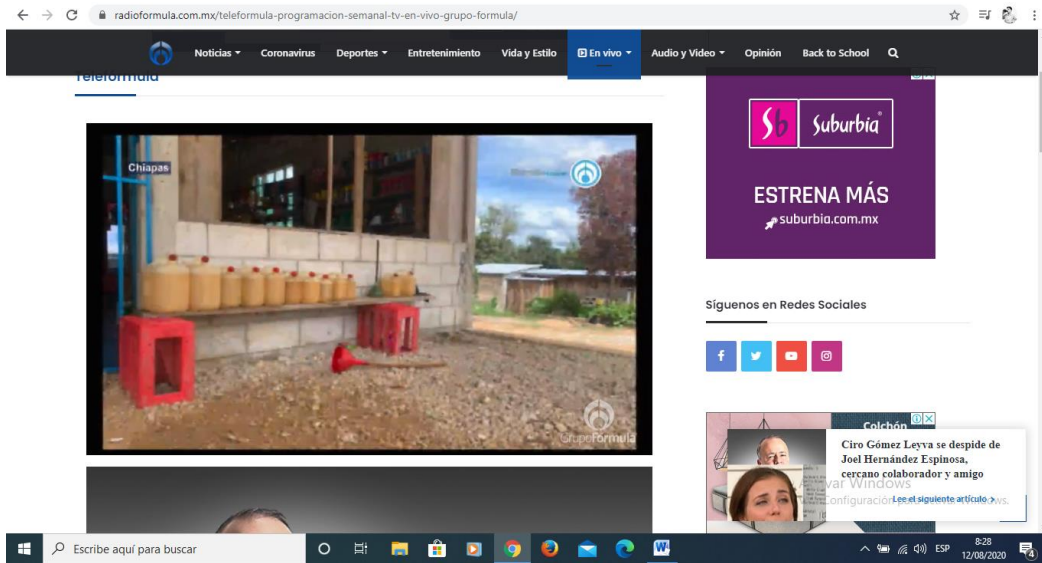
Humberto Padgett se integra para abordar el COVID en Chiapas y en su recorrido encuentra huachicol.



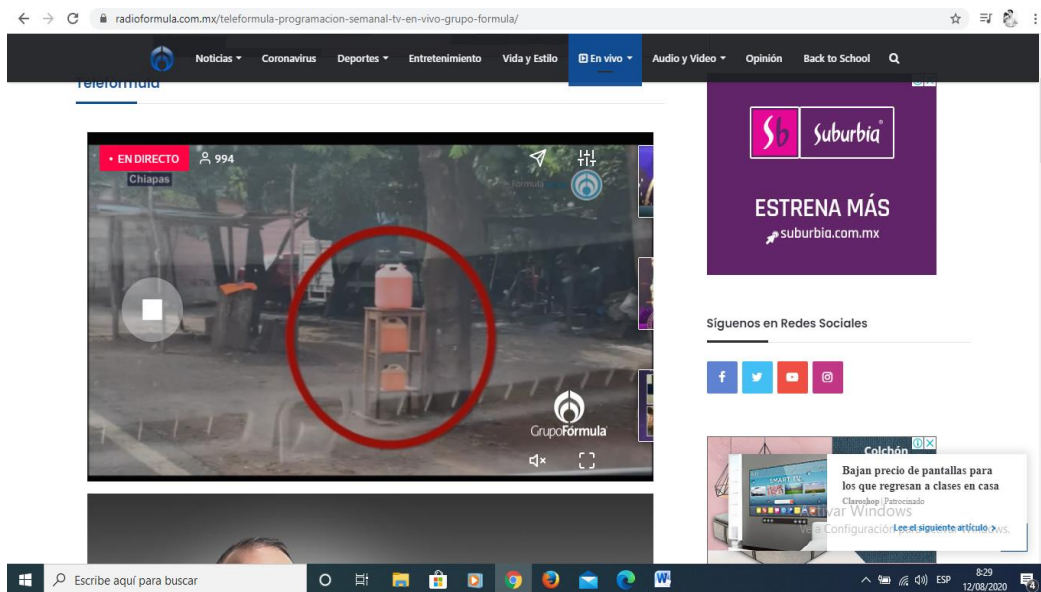
Fuente: captura de pantalla transmisión *Por la mañana*

Telefórmula 12 agosto 2020.





Fuente: captura de pantalla transmisión *Por la mañana*  
Telefórmula 12 agosto 2020.



Fuente: captura de pantalla transmisión *Por la mañana*  
Telefórmula 12 agosto 2020.

CORTE

**BLOQUE 7**

Deyanira da resumen informativo

Ciro retoma los muertos por COVID en México, y lo dicho al respecto por parte del presidente López en su conferencia matutina, Ciro hace juicio de valor por falta de uso de cubre bocas. En el bloque se habla de estadísticas de la pandemia, Sophia se encarga de estos datos.

Manuel Ciro y el reportero Marco Silva presenta el tema de nueva normalidad en una cantina “La puerta del sol” en Santa Julia: se acabó el servicio en barra, venta de alcohol sólo con alimentos.

CORTE

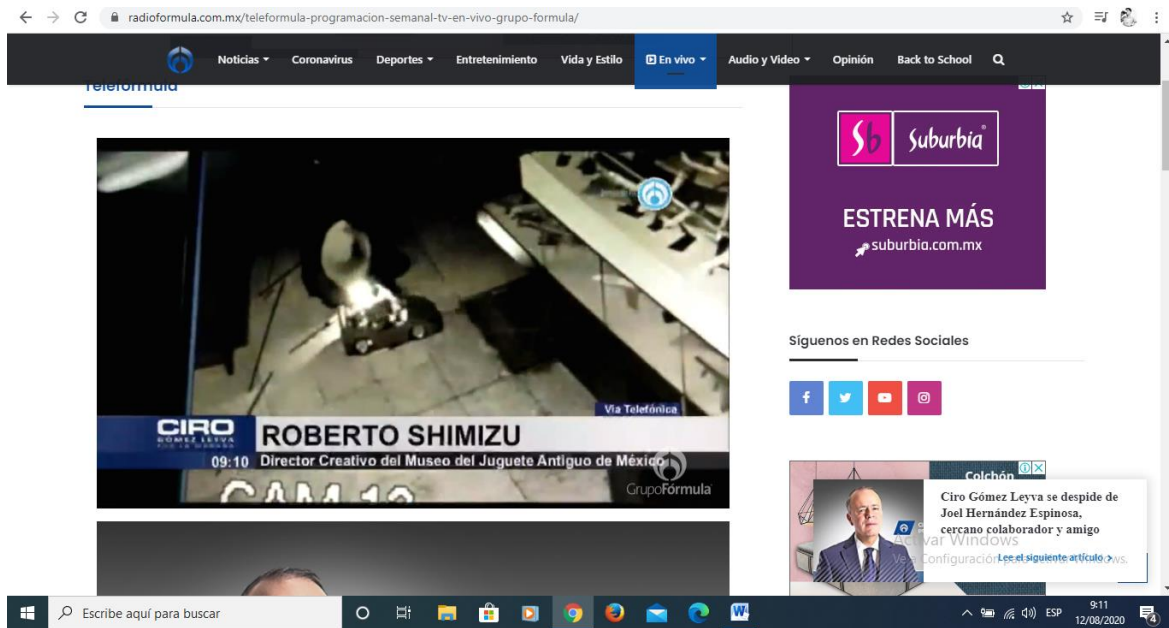
**BLOQUE 8**

Regresan con música de Trini López, por la muerte del intérprete. Ricardo se integra a la conversación para dar la nota.

CORTE

**BLOQUE 9**

Regresa Sophia con Ciro para comentar un robo en el museo del juguete y a pesar del video no se ha hecho algo por parte de las autoridades. Roberto Shimizu, director creativo del museo, vía telefónica menciona que lo robado era ejemplares originales de Italia, el director señala que fue un “robo por encargo” ya que sólo se robaron piezas específicas. Menciona que ya no se confía en las autoridades por eso se recurre a la ciudadanía y al programa de Ciro. Pide también que no se compre estas piezas en internet además hace la invitación al público a visitar el museo.



Fuente: captura de pantalla transmisión *Por la mañana*  
Telefórmula 12 agosto 2020.

Humberto Padgett aborda ahora al estado de Tabasco en cuanto a muertos por coronavirus como la primera entidad en esta variable, le sigue la CDMX, Baja California, Sinaloa y Sonora son los primeros cinco lugares en el país.

Manuel indicó cuales son las redes sociales de forma muy rápida: cuentas personales de Ciro y de la emisora en twitter y Facebook, línea telefónica de la estación. Anuncia la información del siguiente bloque: El médico acusado de homicidio por coronavirus que está preso en su domicilio.

CORTE

### **BLOQUE 10**

Ricardo, Manuel y Ciro abordan el caso del doctor Grajales Yuca, que atendió caso de un paciente y político chiapaneco que murió por coronavirus. Se escucha la entrevista grabada. El doctor afirma que no guarda rencor a la hija del difunto y pide que no la ataquen porque pasa por un dolor y un duelo, menciona que sí ha sentido el apoyo de la comunidad médica. El médico envía una reflexión: Si la

pandemia no nos enseña a ser mejores personas, entonces todo esto habrá sido en vano.

Manuel retoma nota sobre el caso del médico en prisión domiciliaria sobre el proceso del acusado. Adelanta la información del siguiente bloque: inseguridad en el estado de Guerrero y el juicio de la maestra Mónica del Instituto Rébsamen que se derrumbó en el sismo del 19 de septiembre de 2017.

Manuel da redes sociales de forma muy rápida: cuentas personales de Ciro y de la emisora en twitter y Facebook, línea telefónica de la estación.

CORTE

## **BLOQUE 11**

Deyanira hace resumen de información: caso Lozoya, declaraciones de los abogados entrevistados anteriormente, cifra de muertos por COVID, declaración del Dr. Gerardo Grajales, dólar \$22.37.

Reportero Juan Antonio Jiménez menciona el juicio contra la directora del colegio Rébsamen.

Miriam se integra a la conversación sobre el caso de la directora de la escuela, también comenta la nota del asesinato de la youtuber Nana Pelucas.

Manuel comenta nota del periódico *El País* "A Acapulco solo le faltaba una pandemia", en contexto comenta los bailes clandestinos en municipios mexiquenses.

Reportero Javier Navarro informa sobre manifestación de los maestros de la CNTE en el Zócalo de la CDMX. Manuel comenta brevemente notas de algunos diarios de circulación nacional.

Ciro despide programa.

CORTE



## ANEXO 6

### Ejemplo de monitoreo al programa *Así las cosas con Loret*

***Así las Cosas con Loret 96.9 FM***

**(07 septiembre 2020)**

#### **BLOQUE 1**

Rubrica del programa.

Carlos da la bienvenida con los colaboradores Arely Paz y *El Duende*.

Inicia sección 5 Temas de sobremesa (musicalización de fondo para esta sección)

1. Arrancan formalmente las elecciones del próximo año. La nota la dio el consejo general del INE con la nota de la negación del registro de México Libre como partido político. Carlos recuerda la multa que tuvo “México Libre” por irregularidades en sus recursos. Loret dice que el presidente se mostró feliz al respecto. Se escuchan los inserts de las declaraciones de Margarita Zavala y Andrés Manuel López Obrador.

Carlos comenta el tema de las elecciones con Vero Méndez, quien profundiza en el tema con las entidades que tendrán la actividad electoral, número de casillas que se instalarán. Presenta insert de declaraciones de Lorenzo Córdoba que menciona el contexto de la contienda: pobreza, inseguridad y pandemia. Duración de intervención aproximada 4 minutos.

Loret comenta que le presidente habló en su conferencia matutina sobre el papa Pío, pero no de la supuesta corrupción de su hermano. También comenta que se está llevando a cabo la contienda por la dirigencia nacional de Morena.

2. “La pandemia sigue dejando muertos y el gobierno contándolos más”

Carlos Loret señala que el subsecretario López Gatell ha anunciado que se agotaron las actas de defunción y se reproduce inserts de la declaración. Carlos Loret asegura que la buena noticia es que dejaran de morir personas, asevera que las muertes son culpa del gobierno que no supo llevar la pandemia.

“La pandemia por el mundo”. Arely Paz da datos duros y comentarios sobre pandemia en distintos países.

3. La crisis de empleo en el país. La inversión: Valeria Moy (del IMCO) interviene para hablar sobre la inversión en México. Menciona que 25.2 por ciento por debajo en nivel de inversión con respecto al 2019. “Se ven caídas grandes en términos anuales” “En términos mensuales se ven recuperaciones muy pequeñas”.

4. Oficinas de CNDH siguen tomadas en la CDMX.

Las oficinas se han vuelto refugio para las mujeres víctimas de violencia según declararon las manifestantes y los colectivos que tomaron las instalaciones. Carlos Loret menciona los puntos que piden las mujeres que se manifiestan. Se reproduce insert de la declaración del presidente respecto al tema.

5. El Tenis como tema deportivo con Alberto Lati. El pelotazo que le dan a la jueza en partido.

CORTE

## ***BLOQUE 2***

Carlos explica que se estarán reproduciendo las cápsulas por aniversario de la emisora en toda la programación de la estación.

Carlos entrevista a Nathaniel, investigador y analista sobre las muertes en México por COVID 8 de cada 10 mueren sin ser conectados a un ventilador y 70 por ciento de entubados también mueren. En EU 9 de cada 10 son entubados y de esos pacientes 60 por ciento sobreviven. “Estar sin ventilador es como estar en el mar sin salvavidas” dice el entrevistado. El hecho que hay camas disponibles no quiere decir que el gobierno gana la batalla. Duración aproximada 8 minutos.

CORTE

## ***BLOQUE 3***

El 14 de agosto el presidente también dijo mal una conversión de 4 dólares por 25 pesos. Hacen una imitación del presidente dando declaración en forma de sketch.

Carlos Loret comenta nuevamente la negativa del registro de México Libre y anuncia que Margarita Zavala está en la línea telefónica para hablar del tema. Zavala menciona que fue como cambiar las reglas a mitad de juego. Carlos pregunta si piensa que López Obrador “dobló” a los consejeros. No responde la cuestión, le da vueltas al asunto. ¿Creen en el tribunal? Zavala asegura que sí y que la negación del registro es un golpe a los mexicanos.

Loret aborda el tema de los recursos de aportaciones no identificadas, Zavala defiende que sus aportaciones mediante la aplicación Clip son identificables



Fuente: Twitter @WRADIOMéxico 7 de septiembre de 2020



Zavala asegura que procederá a la impugnación y que el tribunal deberá actuar con urgencia porque además las elecciones ya iniciarán. Sin embargo, Loret en esta ocasión no busca fuentes de contrapeso. Duración aproximada 12 minutos.



Fuente: Facebook / W Radio 7 de septiembre de 2020

Se escucha cortinilla “Así las cosas”.

Carlos Loret platica con el empresario y activista Carlos Mora vía telefónica sobre teas de la migración y el turismo, también por el escenario electoral en

Estados Unidos y candidatos a gobernadores en Baja California, Mora asegura no tener intereses políticos próximos. Duración aproximada 9 minutos.

CORTE

#### **BLOQUE 4**

Se escucha audio de las cuentas en redes sociales de Carlos Loret.

Arely Paz hace resumen de la información hasta este momento en el programa: declaraciones de Zavala respecto a la negación de su organización “México Libre” y con información que no se ha tratado en el programa como la vinculación a proceso de Juan Collado. Se trata información internacional de Bielorrusia y sus elecciones. Resumen de 4 minutos.

Inicia sección “Latitudes” con Alberto Lati (se escucha separador para esta sección deportiva).

Alberto Lati comenta información sobre fútbol europeo y basquetbol de la NBA.

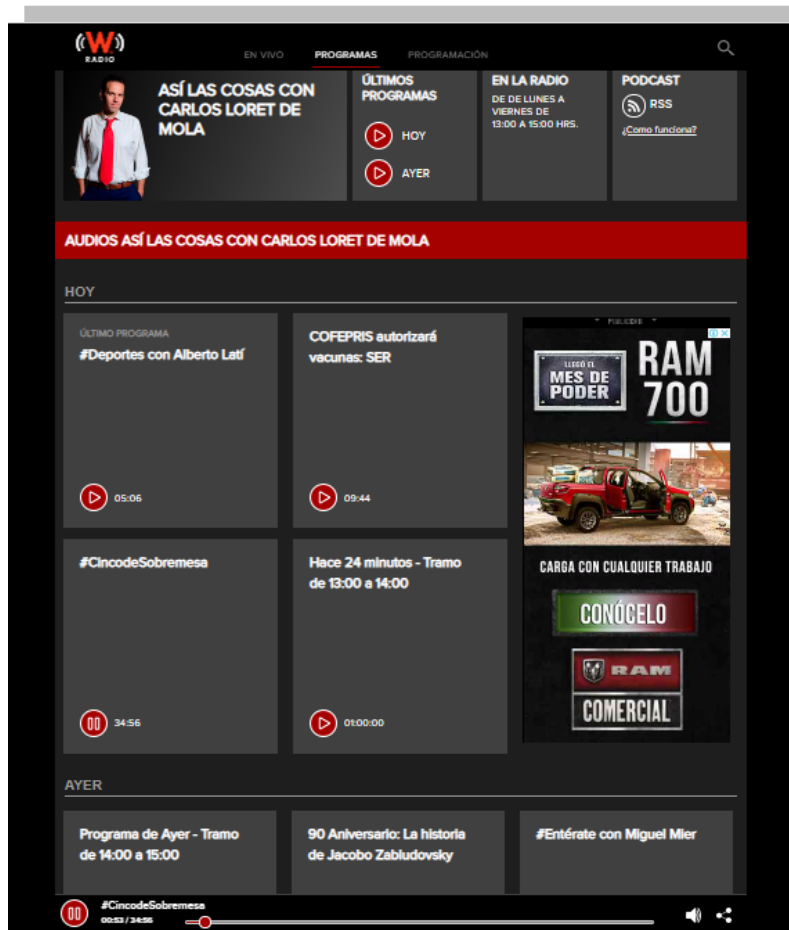
Yesenia Zamudio, mamá de mujer estudiante del IPN en 2016 y activista feminista, vía telefónica para platicar sobre la toma de las instalaciones de la CNDH. Anuncia que los colectivos pagaran pasajes de víctimas de otros estados para que Sánchez Cordero las atienda personalmente como lo aseguró la funcionaria en la conferencia mañanera. Duración aproximada 7 minutos.

Carlos despide programa junto con los colaboradores Arely Paz y *El Duende*.

Se escucha cápsula de la emisora por su aniversario 90 (18 de septiembre 1930).

Se escucha rubrica de fin del programa.

Podcast fragmentado del programa *Así las cosas con Loret* en la página web de la emisora



Fuente: captura de pantalla del sitio: *wradio.com.mx*

11 de septiembre de 2020

## ANEXO 7

### Marco conceptual

| Concepto                   | Definición   | Fuente   |
|----------------------------|--|--|
| <b>Líder de opinión</b>    | Es una persona u organización capaz de ejercer influencia sobre las actitudes o la conducta de otros individuos, en forma deliberada, hacia ciertas formas de pensar o de actuar y que lo hace frecuentemente, en virtud de que es percibido por los demás como una autoridad o una fuente confiable de información y noticias, y cuyos puntos de vista son tomados como modelo por un grupo social o una comunidad.   | Diccionario del Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C.(INEP)<br>Disponibile en: <a href="https://cutt.ly/nfSik7o">https://cutt.ly/nfSik7o</a>   |
| <b>Comunicación</b>        | Del latín <i>communicare</i> : poner en común, compartir, intercambiar; es un proceso en constante movimiento. Es relacionar un hecho con la causa que lo produce y el efecto que genera. Son los actos comunicativos permanentes, que permiten las relaciones sociales, con mayor o menor zonas de contacto, creando y creciendo a través del diálogo y la discusión. Se habla de comunicación como el intercambio de actitudes, sentimientos, valores, caudal interior, entre otros, que se establecen entre los individuos. | Avogadro, M. (s.f). [ <i>Diccionario actualizado de comunicación y nuevas tecnologías</i> ]. Razón y Palabra Disponible en <a href="https://cutt.ly/rfSixR5">https://cutt.ly/rfSixR5</a>   |
| <b>Información</b>         | Es la noticia en potencia y la noticia es la información en acto (Doménico De Gregorio).//Acto o efecto de emitir y de recibir mensajes. Es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno.   | Avogadro, M. (s.f). [ <i>Diccionario actualizado de comunicación y nuevas tecnologías</i> ]. Razón y Palabra Disponible en <a href="https://cutt.ly/efSivu5">https://cutt.ly/efSivu5</a>   |
| <b>Idiolecto</b>           | Conjunto de rasgos propios de la forma de expresarse de un individuo.  | Real Academia Española (RAE) en: <a href="https://dle.rae.es/idiolecto">https://dle.rae.es/idiolecto</a>   |
| <b>Radio</b>               | Medio de comunicación masivo que permite una interacción entre encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, se requiere de una planeación para que se logre una radiodifusión; esta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos.   | Pacheco, F. (2008). <i>Análisis Cuantitativo de la Programación de XHCOM 105.9 Mhz SICOM RADIO Puebla durante Mayo, Junio y Julio de 2006</i> . (tesis de licenciatura). Universidad de las Américas, Puebla. Disponible en: <a href="https://cutt.ly/zfSindz">https://cutt.ly/zfSindz</a> |
| <b>Opinión pública</b>     | Fenómeno complejo que, más allá de la exposición de un mensaje a través de los medios de comunicación, se forma en muy diferentes escenarios y a través de cierto tipo de manifestaciones y no surge de un día para otro sino con el paso del tiempo, con la consolidación de determinados fenómenos.  | Maraboto, M. (2013). <i>De líderes, opinión pública y opinión publicada</i> . Forbes México, en: <a href="https://cutt.ly/VfSiQi3">https://cutt.ly/VfSiQi3</a>   |
| <b>Noticiero</b>           | Programa de radio, cine o televisión en que se dan, generalmente ilustradas, noticias de actualidad.   | REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. < <a href="https://dle.rae.es">https://dle.rae.es</a> > [14 agosto 2020].  |
| <b>Programa de opinión</b> | Este tipo de programas ocupan la franja horaria de máxima audiencia y están dirigidos por periodistas de reconocido prestigio profesional. [...] La periodicidad es muy diversa, pueden salir al aire una vez por semana o todos los días. La investigación periodística, los invitados especiales (personalidades del ámbito político, gubernamental, periodístico, empresarial, deportivo, etc.) o las tribunas con público participante suelen ser ingredientes de la mayoría de los programas de opinión.                  | [ <i>Programas informativos</i> ]. (s.f.). Mirar y ver. Disponible en: <a href="http://tv_mav.cnice.mec.es/Informativos/Infor_Tucuenta/A_UD4/Contenido_aud4_2.htm">http://tv_mav.cnice.mec.es/Informativos/Infor_Tucuenta/A_UD4/Contenido_aud4_2.htm</a>                                   |

|                   |   |   |
|-------------------|---|---|
| <b>Influencer</b> | Anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales. | OBSERVATORIO DE PALABRAS<br>Real Academia Español. (s.f).<br>Influencer. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 20 de mayo de 2021, de <a href="https://n9.cl/8x4t9">https://n9.cl/8x4t9</a> |
|-------------------|---|---|

## ANEXO 8

### Comparativo de noticieros todo el día —rating 18+ ABC L-V INRA, febrero 2021. Publicado en *sdp noticias*, Areola (2021)

- 1º Con 2.42 de rating, **Ciro Gómez Leyva**, de Radio Fórmula
- 2º Con 1.53 de rating, **Óscar Mario Beteta**, de Radio Fórmula
- 3º Con 1.38 de rating, **Chumel Torres**, de Radio Fórmula
- 4º Con 1.36 de rating, **Carlos Loret de Mola**, de W Radio
- 5º Con 1.28 de rating, **Joaquín López-Doriga**, de Radio Fórmula
- 6º Con 1.26 de rating, **Mario González**, de Stereo Cien
- 7º Con 1.18 de rating, **Adriana Pérez Cañedo**, de Stereo Cien
- 8º Con 1.12 de rating, **Denise Maerker**, de Radio Fórmula
- 9º Con 0.94 de rating, **Luis Cárdenas**, de MVS Noticias
- 10º Con 0.93 de rating, **Ricardo Rocha**, de Radio Fórmula
- 11º Con 0.90 de rating, **Sergio Sarmiento y Guadalupe Juárez**, de Heraldo Radio
- 12º Con 0.78 de rating, **Eduardo Ruiz-Healy**, de Radio Fórmula
- 13º Con 0.74 de rating, **Pascal Beltrán del Río**, de Imagen Radio
- 14º Con 0.71, **Alejandro Villalvazo e Iñaki Manero**, de 88.9 Noticias
- 15º Con 0.70 de rating, **Martín Carmona**, de Stereo Cien
- 16º Con 0.69 de rating, **Azucena Uresti**, de Radio Fórmula
- 16º Con 0.69 de rating, **Javier Alatorre**, de Heraldo Radio
- 17º Con 0.68 de rating, **Ana Francisca Vega**, de MVS Noticias
- 18º Con 0.67 de rating, **Pamela Cerdeira**, de MVS Noticias
- 18º Con 0.67 de rating, **José Cárdenas**, de Radio Formula

- 19º Con 0.65 de rating, **Gabriela Warkentin y Risco**, de W Radio
- 20º Con 0.58 de rating, **Salvador García Soto**, de Heraldo Radio
- 21º Con 0.55 de rating, **Alicia Salgado**, de Stereo Cien
- 22º Con 0.49 de rating, **Leonardo Curzio**, de Radio Fórmula
- 23º Con 0.48 de rating, **Manuel López San Martín**, de MVS Noticias
- 24º Con 0.44 de rating, **Jaime Núñez**, de Radio Formula
- 25º Con 0.42 de rating, **Jesús Martín Mendoza**, de Heraldo Radio
- 26º Con 0.41 de rating, **Esteban Arce**, de Imagen Radio
- 26º Con 0.41 de rating, **Sopitas**, de Aire Libre
- 26º Con 0.41 de rating, **Francisco Zea**, de Imagen Radio
- 27º Con 0.35 de rating, **Luisa Iglesias Arvide**, de Horizonte
- 28º Con 0.29 de rating, **Javier Solórzano**, de Heraldo Radio
- 29º Con 0.25 de rating, **Brenda Peña y Manuel Zamacona**, de Heraldo Radio
- 30º Con 0.21 de rating, **Carmen Aristegui**, de Universal y La Octava
- 30º Con 0.21 de rating, **Martín Espinoza**, de Imagen Radio
- 31º Con 0.20 de rating, **Víctor Sánchez Baños**, de MVS Noticias
- 32º Con 0.19 de rating, **Patricia Betaza**, de Horizonte
- 33º Con 0.17 de rating, **Yuriria Sierra**, de Imagen Radio
- 34º Con 0.11 de rating, **Julieta Mendoza y Enrique Lazcano**, de Horizonte
- 35º Con 0.10 de rating, **Alejandro Páez y Álvaro Delgado**, de Universal y La Octava
- 36º Con 0.08 de rating, **Luisa Cantú**, de Universal y La Octava
- 37º Con 0.06 de rating, **Manuel Zamacona**, de W Radio
- 38º Con 0.03 de rating, **Ana María Salazar**, de Imagen Radio

- 38º Con 0.03 de rating, **Federico Vale**, de Radio 620
- 39º Con 0.00 de rating, **Francisco Fortuño**, de Radio 620
- 39º Con 0.00 de rating, **José Luis Plaza y Enrique López P.**, de Romántica 1380
- 39º Con 0.00 de rating, **Miguel Ángel López Farías**, de ABC Radio
- 39º Con 0.00 de rating, **Federico Lamont**, de ABC Radio
- 39º Con 0.00 de rating, **Raymundo Cruz y Allelet Medina**, de Radio 620
- 39º Con 0.00 de rating, **Ivonne de la Cruz**, de ABC Radio
- 39º Con 0.00 de rating, **Celeste Sáenz de Miera**, de ABC Radio





## Fuentes de consulta

- ACIR (s.f.). *Grupos y emisoras*. Disponible en: <https://cutt.ly/yfA3FjS>
- Aguado, J. (2007). *Modelos básicos para el estudio de la comunicación colectiva*. En *Introducción a las teorías de la Comunicación*. Disponible en <https://cutt.ly/9fPzg56>
- Alcantar, P. (1995). *Sátira de un líder de opinión Raúl Velasco*. [Tesis de licenciatura]. México: UNAM
- Amador, J. (2015). *Comunicación y cultura. Conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación*, D.F., México: Universidad Nacional Autónoma de México
- Araya, C. (s.f). *Géneros, programas y formatos radiofónicos: algunas reflexiones para su distinción*. Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva Universidad de Costa Rica. Disponible en: <https://bit.ly/3mXUxsw>
- Arreola, F. (2021). *Ratings radio: Con periodismo, 1º Ciro y 30º Aristegui. Con amarillismo, 3º Chumel y 4º Loret*. SPD noticias, 21 de marzo. en: <https://acortar.link/y2VcX>
- ARVM (s.f). *Socios ARVM*. Dispponible en <https://cutt.ly/GfA3Aay>
- Blanco, M., López, A.J., & Rodero, E. (2008). *Podcast como medio de comunicación en internet*. En Santoro, F., Isaías, P. y Gutiérrez, J. *Proceedings of the IADIS Conferencia Ibero Americana WWW/Internet 2008*. Lisboa, Portugal: IADIS
- Boletín Radiofónico y TV. (1961). *Información al instante de lo que sucede al momento*. (VII) (401). pp. 84-85.
- Borbolla, C., Villa, S., (2009). *Mi vida son mis amigos Una historia de los noticieros en México*. México: Benemérita Universidad de Puebla.
- Castromil, A. (s.f). *La influencia personal y el Two Step Flow*. En *Política y Medios*. Net. Disponible en <https://cutt.ly/2fA3IzT>
- Dorantes, E. (2019, enero 9). *Eden Dorantes Oficial. Carlos Loret habla de las amenazas que ha recibido y su postura gob. Andrés Manuel L. Obrador* [Archivo de video]. Disponible en <https://cutt.ly/Qz09Ohz>

- El Financiero. (22 de julio de 2021). *Influencers recibieron del Partido Verde 10, 000 dólares por storie*. En: *El Financiero*. Disponible en <https://cutt.ly/yQSqpr1>
- El Heraldo de México. (22 agosto de 2019). *¿Quién es Carlos Loret de Mola? Y por qué se va de Televisa*. En: *El Heraldo de México*. Disponible en <https://cutt.ly/lfA3d0r>
- El Universal. (3 de octubre 1923). *De la vista a la más potente estación difusora de radiotelefonía aprendimos que México rinde el debido culto a Marconi*. En: *El Universal*. 2ª. sec., p.7
- Expansión. (17 octubre de 2016). *¿Quién es Ciro Gómez Leyva, titular del noticiero estelar de Imagen Televisión?* En: *Expansión*. Disponible en <https://cutt.ly/zfA3iHQ>
- Fernández Gómez, J. D., Hernández-Santaolalla, V., & Sanz-Marcos, P. (2018). *Influencers, marca personal e ideología política en Twitter*. En *Cuadernos.info*, (42). pp. 19-37. <https://doi.org/10.7764/cdi.42.1348>
- Fernández, C. (febrero, 2018). *¿Hacia dónde va la radio?* En *Innovación Audiovisual*: <https://cutt.ly/PfSiL4y>
- Flores, J. (2010). *Temas de Humanidades. Comunicación Humana. [Apuntes de la materia]*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Facultad de Ingeniería. Disponible en <https://cutt.ly/tfOtkRZ>
- Forbes Staff (15 de octubre, 2020). *Tribunal Electoral niega registro a México Libre como partido político*. En *Forbes México*. Disponible en <https://cutt.ly/GI0GLDW>
- Gálvez, F. (febrero de 1984). *Balbuces de la radiodifusión*. En *Información Científica y Tecnológica* (6) (89)
- García, A. (2019, enero 10). *Carlos Loret de Mola regresa a la radio | Hoy* [Archivo de video]. Disponible en <https://cutt.ly/ik474jw>
- González, S. (2000). *Lenguaje y comunicación*. En *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (XLIV) (179). pp.139-152.

- González Reyna, S. (2000). *Lenguaje y comunicación*. En *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Disponible en <https://cutt.ly/HfOy3ds>
- González, C. (2016). *Líder de opinión y opinión pública. Hacia una reflexividad epistemológica de los conceptos*. En *Revista Mexicana de Opinión Pública* (22). pp.15-32
- Grupo Fórmula (s.f). *Grupo Fórmula*. Disponible en <https://cutt.ly/gfA3Jrq>
- Heraldo Radio. (s.f). *El Heraldo de Mexico Radio*. Disponible en <https://cutt.ly/8fA3VNR>
- Imagen Radio (s.f). *Imagen Radio*. Disponible en <https://cutt.ly/5fA3MUN>
- IMER Noticias (s.f). *IMER Noticias*. Disponible en <https://cutt.ly/oRhn5Ej>
- INEP. (s.f). [*Diccionario del Instituto Nacional de Estudios Políticos AC*]. Disponible en <https://cutt.ly/nfSik7o>
- Ke Buena. (s.f). *Ke Buena*. Disponible en <https://cutt.ly/HfA38xM>
- López, E. (22 de noviembre de 2019). *Me gustaría que regresara Gutiérrez Vivó; fue una gran injusticia su salida: AMLO*. En *El Financiero*. Disponible en <https://cutt.ly/GkxNAlE>
- Loret, C. (s.f). *Opinión*. En *El Universal*. Disponible en <https://cutt.ly/gfA3IQ8>
- Los 40. (s.f). [*Los 40*]. Disponible en <https://cutt.ly/qfA37ql>
- Lucas, N. (1 de abril de 2020). *Noticias sobre Coronavirus incrementan 12% la audiencia de la radio: INRA*. En *El Economista*. Disponible en <https://acortar.link/vXrI9>
- Lucas, N. (25 octubre de 2018). *Más radio entra a la CDMX con música en vivo y Brozo por Aire Libre 105.3 FM*. En *El Economista*. Disponible en <https://cutt.ly/4fA3mYW>
- Maraboto, M. (2013). *De líderes, opinión pública y opinión publicada*. En *Forbes México*. disponible en <https://cutt.ly/jWi55fw>
- Martínez, J. (29 de junio de 2007). *Monitor sale del aire después de 33 años*. En *Expansión*. Disponible en <https://cutt.ly/QfA2nrd>

- Medina, V. y otros. *Homo Audiens III. Conocer la radio: textos teóricos para aprehenderla*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán
- Medina, V., Botello, J. (2015). *Homo Audiens. Conocer la radio: Textos teóricos para aprehenderla*. Recuperado de <https://cutt.ly/WfPZPhj>
- Medina, V., Vargas, G. (2011). *Nuestra es la voz, de todos la palabra. Historia de la Radiodifusión mexicana 1921-2010*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán
- Mejía, F. (marzo-mayo 2007). *Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)*. En *Revista de Comunicación y Cultura* (1) (1)
- Méndez, N. (1995). *Noticentro, agencia informativa de Grupo Radio Centro* [Tesina de licenciatura]. D.F., México: Universidad Nacional Autónoma de México
- MVS Radio. (s.f.). *MVS Radio*. Disponible en <https://cutt.ly/XfA30Sx>
- Noticieros Televisa. (2019, septiembre 10). *Jacobo Zabludovsky recuerda la narración del sismo de 1985*. [Archivo de video]. Disponible en <https://cutt.ly/QfA8frg>
- NRM (s/f). *NRM Comunicaciones*. Disponible en <https://cutt.ly/ofA39so>
- Pedrero, E., Barrrios, A., Medina, V. (2019). *Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify*. En *Revista Comunicar* (XXVII) (60)
- Pineda, R. (18 diciembre de 2013). *Sopitas: de fan de la radio a 'rockstar' de la web*. En: *Forbes México*. Disponible en <https://cutt.ly/LfA3vAf>
- Piñeiro, T., Martín, D. (2018). *Los estudios sobre radio: Un balance desde la academia iberoamericana*. En *Revista Comunicar*, XXVI (57). pp. 101-111.
- Radio Centro (s.f.). *Grupo Radio Centro*. Disponible en <https://cutt.ly/VfA3X3k>
- Radio Educación (s.f.). *Radio Educación*. Disponible en <https://cutt.ly/4RhndXp>
- Radio UNAM (s.f.). *Radio UNAM*. Disponible en <https://cutt.ly/eRhnFfm>

- Ramírez, L. (1990). *Para curar la sordera: Gutiérrez Vivó. De la rockola al lenguaje de las noticias*. En *Kiosco, todo para periodistas* (I) (1)
- Ramos, D. (s.f.). *El lenguaje radiofónico*. Disponible en <https://bit.ly/3lmhVOV>
- Rodero, E. (1998). *La radio del futuro es una radio digital*. Salamanca, España: Universidad Pontificia de Salamanca, Facultad de Comunicación, España. pp. 2-5
- Servaes, J. y Malikhao, P. (2012). *Comunicación participativa: ¿El nuevo paradigma?* En *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* (4)
- Trejo, RI. (1998). *Los medios de comunicación mexicanos y las agencias de prensa*. En *Las agencias de información en México*. D.F., México: Trillas, Biblioteca Básica de Comunicación Social
- UNAL. (8 de marzo de 2019). *Influenciadores*. Universidad Nacional de Colombia. Disponible en <https://n9.cl/u0hd>
- Vallejo, I. (1998). *El Subcomandante Marcos como líder de opinión durante el periodo de enero de 1994 a febrero de 1995*. [Tesis de licenciatura]. D.F., México: UNAM
- Vargas, G. (2018). *Vino la radio y nos 'alevantó'. La aventura política de la radio mexicana durante la sucesión presidencial 1923-1924*. En Medina y otros. *Homo Audiens III. Conocer la radio: textos teóricos para aprehenderla*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán
- Vera, M. (mayo 15, 2020). *MVS acuerda con Radio Centro adquisición de 97.7 FM; será de música grupera*. En *El Financiero*. Disponible en <https://cutt.ly/gfA3WWY>
- Villagómez (1984). *Pionero de la radiodifusión mexicana*. En *Información Científica y Tecnológica* (6) (89). pp.16-17

- WITZI TeVe. (2019, enero 15). *Loret de Mola en W Radio, Conferencia de Prensa | WITZI TeVe* [Archivo de video]. Disponible en <https://cutt.ly/3zNBS74>
- Zepeda, J., Robles, A.K., y Rodero, E. (2013). *La radio más viva y compañera que nunca*. Radio Nederland Wereldnroep, Hilversum, Holanda.
- Zepeda, M., (2018, enero 29). *Trayectoria en vida del periodista Ciro Gómez Leyva | De Primera Mano | Imagen Entretenimiento* [Archivo de video]. Disponible en <https://cutt.ly/vWIU5ye>