



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LOS NOTICIEROS RADIOFONICOS EN MEXICO

Caso particular:

"EL MAÑANERO CON BROZO"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

ALEJANDRA CHAVEZ RIVADENEYRA

ASESORA DE TESIS: LIC. MARIA ESTHER NAVARRO LARA



MEXICO, D. F.

FEBRERO DE 2004



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

## **AGRADEZCO A:**

### **DIOS:**

Por haberme permitido llegar a este momento.

### **MIS PADRES:**

Por su confianza y apoyo incondicional. Gracias por su amor y su lucha por hacer de nosotros, sus tres hijos, alguien importante en la vida. ¡Los amo!

### **MIS HERMANOS:**

Por siempre estar conmigo.

### **MI ABUELITA JOSE:**

Por ser una luchadora incansable y una fuente de amor incondicional.

### **MI ESPOSO EDGAR:**

Por todo su amor, apoyo y comprensión en los momentos más difíciles. Tú sabes cuánto te amo, gordo.

### **MI FAMILIA:**

A mis tías Concepción y Tony, por su apoyo y cariño. A mis suegros y cuñados, por recibirme en su familia, darme su apoyo y tratarme como una hija y hermana más. Los quiero.

**MIS PROFESORES:**

A mi asesora, la profa. María Esther Navarro Lara, porque a pesar del tiempo que me llevó terminar esta tesis, siempre estuvo ahí.

A la profa. Lucía Chávez Rivadeneira, por todo su apoyo y paciencia, para la realización de este trabajo.

A la profa. Layla Sánchez Kuri, por su ayuda y consejos.

Al prof. Juan Pedro Antonio Chávez, por haber sido el primero en darle el visto bueno a mi tesis.

Al prof. René Ramos Palacios, porque aunque duras, sus críticas sirvieron mucho a este trabajo.

**OTROS AGRADECIMIENTOS A:**

- Sr. Víctor Trujillo
- Sra. Carolina Padilla
- Sr. Francisco Juárez
- Lic. Luis Cabrero
- Lic. Edmundo Santos
- Lic. Elena Córdoba Lima
- Doctor Rafael Reséndiz Rodríguez
- Prof. Luis Fonseca Lazcano

A todos ellos, mil gracias por cederme un poco de su tiempo y colaborar para el desarrollo de este trabajo.

Autores: la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a través de su sistema electrónico e impreso el contenido de este trabajo excepcional.

NOMBRE: Alejandra Chávez Rivadeneira

FECHA: 23/12/2004

FIRMA: [Firma manuscrita]

**ALEJANDRA.**

## INDICE

### INTRODUCCIÓN

#### **CAP. 1 LA RADIO EN MÉXICO**

1.1 ¿Qué es la radio?	1
1.2 Características actuales de la radio en México	3
1.3 Funciones sociales de la radio	6
1.4 Grupo ACIR Radio.	11
Surgimiento y conformación	
1.4.1 La estación: Okey-Tu Ritmo (95.3 FM).	14
Su historia	
1.4.2 El noticiero en la emisora	17
1.4.3 Organización y funcionamiento de la Dirección de Información de Acir Radio	19

#### **CAP. 2 ANÁLISIS DEL NOTICIERO “EL MAÑANERO” Y SU CONDUCTOR “BROZO. EL PAYASO TENEBROSO”, EN RADIO**

2.1 Lenguaje, imagen y simbología de Brozo en radio	29
2.1.1 Lenguaje Radiofónico (Características)	30
2.1.2 El Lenguaje Coloquial en radio	33
2.1.3 El Lenguaje Radiofónico de Brozo	37
2.2 La idea creativa	51
a) Características	
b) Fuentes	
2.3 La Producción	60
a) Necesidades de producción	
2.4 El Mañanero a cinco años de su aparición en el cuadrante (1994-1999)	65
2.4.1 Logros y perspectivas	65
2.4.2 ¿Y qué pasó después?	71
a) De la radio a la televisión (Canal 40 y Televisa)	
b) Cambios	
c) Pros y contras	
2.5 Cuestionario sobre el noticiero “El Mañanero”	81
2.6 Y al final...la radio sigue siendo mucho mejor...¿por qué? (Comparativo)	88

CONCLUSIONES	92
ENTREVISTAS	97
BIBLIOGRAFÍA	98
HEMEROGRAFÍA	100
PAGINAS WEB	101
CUESTIONARIO	103
ANEXOS	105

## INTRODUCCION

Consciente de que la radio en México supera en audiencia a cualquier otro medio de comunicación masiva, incluyendo la televisión, mi atracción hacia este medio creció, al igual que mi decisión de buscar un tema de tesis con el que estuviera relacionada la radio.

Muchas veces durante la carrera, pensé que hacer un noticiero y dar las noticias era algo tedioso, que la actitud del locutor debía rayar en lo solemne y de vez en cuando, permitirse algún chascarrillo o comentario ligero. Sin embargo, los tiempos han cambiado y ahora existe una mayor diversidad de opciones que permiten optar por la que mejor cubra las necesidades o que por sus características de producción, contenido y locutor, logre identificarse con los radioescuchas.

Así, un día en la mañana, escuché un noticiero muy peculiar: *El Mañanero*, que de inmediato atrajo mi atención y sobre el cual, después de conocerlo un poco más, decidí realizar mi tesis. Era el año de 1994.

Pero, ¿por qué un noticiero radiofónico matutino llamado *El Mañanero*? ¿Cuál era ese atractivo que lo hacía digno de ser escuchado por un amplio auditorio e incluso, que alguien lo tomara como tema para realizar un trabajo de titulación?

El hecho de que, quien conduce el programa sea *Brozo. El payaso tenebroso* (creado por el actor Víctor Trujillo), es un claro ejemplo de que el enlace entre el conductor y el público, es precisamente la esencia del programa: la chacota. Con el uso del albur y los comentarios chuscos y burlones, se hace más accesible el intercambio de información. El proceso comunicativo de emisión-receptor, puede lograrse sin ningún problema y con óptimos resultados. ¿Por qué? Porque el público pierde el temor a hablar, lo hace en su propio idioma, al tú por tú, con un conductor que no se tienta el corazón para decir lo que siente, hiere con la verdad, pero deja clara la cruda realidad. Dice lo que el pueblo quiere gritarle a

quienes dirigen este país. Denuncia la opresión de la gente, analiza y opina a su manera y siempre demuestra que hay bases para hacerlo. Además se ha comprobado que el ciudadano quiere oírse. Es decir, el auditorio está más identificado con un medio donde reconoce su propia voz, incluso su voz física a través de grabaciones como el correo de voz. *Brozo*, ha demostrado que no es ningún improvisado en el análisis político.

*Brozo*, un personaje cómico-político, surgido al principio, como un cuenta cuentos por televisión (“Tienda y Trastienda” y “La Carabana”; con Ausencio Cruz, en Imevisión), que tuvo tanta repercusión entre el público, que incluso llegó a grabar algunos discos con sus cuentos más famosos. El éxito fue tal, que además de opacar a su propio creador, la fama de *Brozo* lo llevó a probar en otros medios, siendo la radio (en 1994), la mejor opción para su nueva faceta.

Fue una propuesta comunicativa que tomó por sorpresa a muchos, incluyendo a los ejecutivos de Radio Acir (estación por la que se transmitiría más tarde *El Mañanero*), quienes no concebían a un payaso como titular de un noticiero matutino, donde la diferencia sería la ausencia total de seriedad y formalismos, así daría un giro de 180 grados a la noticia, haciéndola más accesible al público y en un lenguaje coloquial.

La aceptación de este personaje en el auditorio, dio luz verde al proyecto, que buscaba una complicidad entre el conductor y sus radioescuchas, y la vía de conexión sería el humor. La década de los 90 trajo consigo la exigencia de cambios en los medios de comunicación, una visión mucho más cruda y directa de la información, principalmente nacional.

Es así, que el 28 de noviembre de 1994, comienzan las transmisiones de *El Mañanero*, que se presentaba como una nueva opción en la noticia, duró seis años al aire en radio, inundando al cuadrante con su “¡Óóoorale, Chamacos!”, en donde invitó al público al “Mundo de la chacota informativa”. Luego, entraría a la televisión, primero por CNI Canal 40 y más tarde, se da su polémica entrada a Televisa.

En el presente trabajo, además de abordar la situación actual de la radio en México y sus funciones sociales, así como un comparativo sobre ¿qué tanto cumplió *Brozo*, con su *Mañanero*, dichas funciones?; también se realizaron entrevistas a diferentes personas relacionadas con este informativo chacotero, entre las que destaca la hecha a su propio creador, Víctor Trujillo (*Brozo*), con el fin de constatar si en verdad, el *Mañanero*: fue una nueva opción en la radio mexicana; si su formato influyó en la mejor retención del mensaje en el receptor; si las características de la estación por la que se transmitió influyeron en su formato; si el uso de un personaje popular como *Brozo*, fue más eficiente que cualquier otra táctica de contenido o publicidad para el éxito del noticiero en radio, y si en realidad se informaba o si dicho espacio sólo fue un pretexto para divertir a la gente por las mañanas.

Así pues, en el *Capítulo Uno*, se aborda el tema de la Radio en México, su significado, los cambios sufridos y las características de que goza actualmente; además, se resaltan las funciones sociales de dicho medio y la relación eficiente o no de *Brozo* con éstas. De igual forma, se analiza la historia y desarrollo de Grupo Acir Radio, casa durante seis años de *Brozo* y su *Mañanero*, y una de sus emisoras, "Okey! Tu Ritmo" (de corte grupero), ambos de suma importancia en el desarrollo del noticiero chacotero.

Se señala igualmente, el papel de los noticieros en Acir, la organización y funcionamiento de la Dirección de Información y los criterios de selección de información. Para esto, se hizo uso de las entrevistas, realizadas por la autora de este trabajo, a los licenciados Luis Cabrero, director de Operaciones de Radio Acir, y Edmundo Santos, jefe de Información de dicha emisora, que además de informar sobre las características de programación e información en la emisora, también dieron su personal punto de vista sobre *Brozo* y *El Mañanero*, dejando claro que, aunque arriesgado, el formato y conductor de dicho espacio noticioso, resultaron ser un negocio redondo para la empresa.

En el *Capítulo Dos*, se llega al punto medular de este trabajo: el análisis del noticiero *El Mañanero* y de *Brozo. El Payaso Tenebroso*, creado e interpretado por el actor Víctor Trujillo: la simbología y eficacia o no, tanto de la imagen, como del lenguaje de *Brozo*, para lo cual, además de la teoría correspondiente, para ver qué es lo que se estaba comunicando (Semiología) y cómo estaba comunicándose (Lingüística), se realizaron entrevistas a expertos en la materia, como el Doctor Rafael Resendiz Rodríguez, Coordinador de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, y Luis Fonseca Lazcano, profesor de Lingüística y Semiología, de la misma facultad; para quienes la imagen de *Brozo*, fue el complemento perfecto para hacer atractivo un programa como *El Mañanero*, aunado a que el uso de un lenguaje coloquial, lleno de códigos y modismos populares del mexicano, provocó además de una identificación entre emisor y receptor; la creación de un nuevo lenguaje radiofónico, un código nuevo de mexicanismos (malas palabras) de los que siempre se había renegado y que ahora, ya no es raro escuchar en los medios de comunicación.

De igual forma, se aborda: la idea creativa (características y fuentes); el prototipo del programa (descripción, diseño, objetivos, locutor y público), la producción (necesidades); sus logros y perspectivas al final de su vida radiofónica, hasta su situación actual: su salida de CNI Canal 40, su llegada a Televisa, y los pros y contras del cambio de radio a televisión, ¿por qué caló tanto entre el público este cambio y en el programa mismo? Para ello, además de la investigación hemerográfica correspondiente, se realizaron entrevistas a la licenciada Elena Córdoba Lima, ejecutiva de Radio Acir; a Francisco Juárez, Jefe de Producción de *El Mañanero*; y al propio Víctor Trujillo, quién llegó a señalar que: "Se logró lo que se pretendió desde un principio, al concebir el personaje de *Brozo*, que fuera un reflejo de la desesperación, del caos, pero también un reflejo del ingenio y de los recursos, o sea, finalmente pase lo que pase, el mexicano va a sobrevivir y éste (*Brozo*) es un sobreviviente (...) Es como un personaje hecho de adrenalina mexicana". Sí, pero ¿qué más reflejaron *Brozo* y su noticiero chacotero? ¿Se cambió algo o como siempre, sólo se le recordó a la gente su verdadera realidad, eso sí, con humor, pero nada más?

Al final de este segundo capítulo, se aplicó un cuestionario a 50 personas, a las cuales, se les preguntó, entre otras cosas: su opinión sobre *El Mañanero*; qué fue lo que les llamó la atención de este noticiero; si creían que el personaje de Brozo lo hacía más atractivo o si pensaban que el formato de chacotear con la noticia, permitía al radioescucha una mejor retención de la información. Lo anterior, para tratar de confirmar lo que en un principio, se afirmara en la hipótesis de este trabajo: 1) Que *El Mañanero* en radio, lograba una identificación con la audiencia, por el formato cómico utilizado en su realización, y por la presencia de un personaje popular y hasta cierto punto político, como conductor del noticiero; 2) Que *El Mañanero*, informaba y divertía, además de lograr que la gente interactuara con el locutor, a su nivel y fuera parte importante del programa, y 3) Que las características de la estación por las que se transmitía el noticiero, condicionaron el contenido y desarrollo de este espacio informativo.

Entre las respuestas sobre la eficiencia o no de *El Mañanero* y *Brozo* en radio, hubo algunas coincidencias, como que: Víctor Trujillo (*Brozo*), logró conectar con éxito la diversión y la noticia diaria, y aunque muchos lo tacharon de excesivo en su vocabulario y humor, él se sobrepuso al “qué dirán” y se convirtió en un emisor y receptor del sentir popular, en términos generales; dándose el lujo de atraer al público, tanto por su sentido del humor y sus múltiples alures, como por su sarcasmo y sus opiniones directas, sobre la política, la economía y el ámbito social del país. Es decir, se convirtió en el cuate, en el carnal y en el valedor de su público, no obstante, hay que recordar que “en bola”, todos se vuelven más valientes. Si embargo, también algunas personas, opinaron que la eficacia del mensaje, no dependía tanto del emisor, si no del mismo público que lo oía, quien decidía si prestaba más atención a la chacota o la burla, que al mensaje de fondo de cada noticia; además, algunos consideraron que no por las características de dicho programa, éste iba dirigido a un sector de la población en especial.

Así, a mediados del siglo pasado, nadie se hubiera imaginado que un payaso entrevistaría a personajes de importancia dentro de la vida política, social y cultural mexicana, como la

mismísima Primera Dama, Martha Sahagún de Fox, ni que sería un *líder de opinión*, que de acuerdo a la definición de Kagelmann y Wenninger; en su obra: Psicología de los medios de comunicación. Manual de conceptos básicos: “es un mediador, competente para determinadas opciones y que puede influir sobre la elección de los programas y su interpretación. Recibe las comunicaciones y las transmite, junto con su propia valoración, a los distintos consumidores. Un líder de opinión, se caracteriza por tener una formación superior al término medio, un status social elevado, gran disposición a adaptar las innovaciones, usar los medios de comunicación de forma superior a los demás y tener gran disposición a la participación social”. (\*)

Aunque el propio *Brozo* se niegue a aceptar dicho calificativo, porque según él, lo que se buscaba desde un principio con *El Mañanero*, fue hacer opinión, pero también hacer llevadera la información e invitar a la gente a que se diera cuenta de que la información es poder y ésta no necesariamente tenía que ser aburrida. Sin embargo, ¿*Brozo* fue punto de referencia para politizar a la gente o sólo apantalló con su atrevimiento disfrazado?

La fórmula de *Brozo* y su informativo chacotero para esquivar la monotonía, fue la incertidumbre del “qué pasará” y “con qué saldrá mañana”; además de la certeza pública de que en cada comentario el análisis estaría presente. Al parecer, el público le creyó y el noticiero radiofónico *El Mañanero*, marcó una etapa en la historia de la radio en México. Si informó o no, o si fue un claro ejemplo de libertad de expresión; eso se tratará de ver en este trabajo.

(\*) KAGELMANN, H.J. y WENNINGER, Gerd. Psicología de los medios de comunicación. Manual de conceptos básicos. pp. 157,203,287,345 y 354

# LA RADIO EN MEXICO

"La radio es el medio electrónico de comunicación más bello que le permite tener a los radioescuchas una imagen propia (...)"

**Adolfo Fernández Zepeda**  
**Grupo Radio Centro**

## 1.1 ¿ QUÉ ES LA RADIO?

Al tratar de definir ¿qué es la radio?, son muchas las acepciones o definiciones que ha recibido este medio a través de los años. Pero para las características del presente trabajo de investigación, se optó por la definición que Carlos González Alonso, da sobre el tema al señalar que "la palabra radio es la apócope de radiorreceptor y con ella se describe al aparato que captura y reproduce los sonidos y las señales transmitidas por ondas hertzianas, siguiendo el proceso: emisora - ondas - radiorreceptor". (1)

El fenómeno de la radio reúne tres características básicas: su alto perfeccionamiento técnico, la comunidad de su uso y su alcance de auditorio; motivos por lo cuales podemos agregar, que dicho medio informa, entretiene y hace compañía. Es cotidiana, surge para ser oída, escuchada, comprendida y envuelve con su importancia al siglo XXI.

Sobre lo anterior cabe destacar lo dicho por Salvador Novo, al aseverar que "la radio merece observaciones especiales. Es el sueño hecho realidad de videntes y soñadores, de todos los que desesperaron de no poder hablar con sus ausentes. De hoy en adelante los naufragos no estarán solos si pueden levantar la antena y colocarse unos audífonos". (2)

Así, desde la fecha de su aparición y desarrollo en los países industrializados, la radio ha experimentado un sin fin de avances que a finales de este siglo le han permitido

(1) GONZÁLEZ Alonso, Carlos. Principios básicos de comunicación., p. 28

(2) NOVO, Salvador. "Radio-conferencia sobre el radio". En Los Universitarios, No. 78, p. 9

colocarse como uno de los medios masivos de comunicación de gran auge, porque se ha convertido en la otra oportunidad de comunicación, ha ganado en México, mucho espacio a partir quizá, del terremoto de 1985, cuando comenzó a cubrir huecos que la televisión dejaba porque estaba muy sometida a intereses políticos.

De esta forma, la radio abrió sus espacios al público que demandaba atención y solución a sus problemas, además que al pasar de los años, ha sumado a su inmediatez el análisis y los noticiarios de largo alcance que están tomando un poco el papel de los periódicos, entre otros muchos programas de fondo o algunos de diversión que han venido a ampliar el contenido del espectro radiofónico que cada día se vuelve más profesional.

Lo anterior, según indica Sean MacBride en su libro Un sólo mundo, voces múltiples, se debe a que la radio "es el medio masivo más ampliamente utilizado, y es un conducto fácil y económico para llegar a regiones remotas".(3)

Sobre la historia de la radio en México, ya se ha escrito mucho. (\*) Sin embargo, hay que destacar que este medio, ha logrado acoplarse a los cambios y exigencias del mercado que con su preferencia, muchas veces lo ha colocado por encima de la propia televisión, que sin embargo, no pierde su status, como explicara el periodista Guillermo Ochoa, durante una entrevista que le realizó el actor Víctor Trujillo, para su programa de Canal 40, Las 9 y Sereno: "El vidrio (televisión), es el vidrio. La tele es como un cañón; la radio, es una escopeta y la prensa, una pistola". (4)

(3) MACBRIDE, Sean. Et al. Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo, p. 114

(\*) Ver ANEXO 1, al final de este trabajo, p. 105

(4) Entrevista a Guillermo Ochoa, en el programa Las 9 y Sereno, en el 2001, por CNI Canal 40

No obstante, el avance de la radio es inegable. Con un contenido cada vez más de opinión en AM, pues FM es cien por ciento musical, el cuadrante radiofónico se ha valido de todo tipo de propuestas para hacerse más atractivo, sobre todo después de los sismos de 1985, cuando la radio se consolidó como medio informativo y de ayuda a la comunidad. Tuvo una apertura política, con crítica y análisis más profundos y diversos. Un despegue y atractivo, debido posiblemente a lo señalado por el periodista Abraham Zabudovsky, en el programa Las 9 y Sereno: “Crees que la televisión es el ombligo del mundo, pero no lo es. Para los únicos que importa, es para los que trabajan en ella”.(5)

Sea como sea, la radiodifusión en México ha pretendido ser un espacio educativo, informativo, de diversión y opinión para el público. Si lo ha logrado o no, eso ya es otra cuestión. Así, con un Código de Ética aún pendiente, la radio en México sigue su curso y ahora, al parecer, ha dejado en segundo plano su función social, para dejar en manos de sus dueños, la lucha por ver quién tiene más audiencia. Ahora, el rating es el premio mayor y la excesiva comercialización, la mejor vía para lograrlo.

## **1.2 Características actuales de la radio en México.**

### **LA RADIO EN EL 2003**

Con la llegada del nuevo siglo, el panorama de la radio era bastante prometedor, se le vaticinaba una vigencia continua y proyectos más plurales, ya que, según observaciones del periodista del Reforma, Carlos Meraz: “La radio, es el único medio que permite escucharla haciendo diversas labores, es un medio enfocado al movimiento y por ello es difícil que la competencia lo desplace”. (6)

Sin embargo, el tiempo sigue su marcha y por más accesible que sea la radio, esta ha tenido

(5) Entrevista a Abraham Zabudovsky, en el programa Las 9 y Sereno, en el 2001, por CNI Canal 40

(6) MERAZ, Carlos. “La radio debe ser gratuita”. Sec. Gente, en Reforma. México, DF 28 octubre 1997, p. 3E

que adecuarse a la modernidad y sobre todo, a la competencia que ahora representa el Internet en todo el mundo. Aunado a esto, la radio además de la correspondiente originalidad que debe imprimir a cada uno de sus programas, también debe permitir la participación más directa de los radioescuchas, convirtiéndolos en parte fundamental de su estructura, retroalimentándose de ellos y ganándole cada vez más campo a la televisión, que será muy gráfica, pero sigue sin salir de lo mismo, aún con todo y sus reality shows.

Todo iba muy bien, el espacio de la radio hablada creció y aunque en ninguna estación se descubrió el hilo negro en originalidad, la participación de los radioescuchas sí creció, al grado que ya ninguna estación, sea de programación netamente hablada o musical, está exenta de la participación ciudadana.

Sin embargo, los tiempos de bonanza han quedado atrás y ahora, en últimos meses, se ha registrado en la radio un incesante movimiento, que va de la mudanza de conductores de una a otra estación, a la aparición y desaparición de estaciones. La inversión publicitaria ha bajado y por ello, la competencia por los clientes es más fuerte, que los contenidos y formatos.

De acuerdo a una investigación realizada por los periodistas Carlos Gómez Valero y Laura Islas Reyes, publicada en la página web de etcétera, "los empresarios del ramo han puesto su principal preocupación en captar el mayor auditorio posible (de acuerdo con el perfil de sus estaciones) para así conseguir la mayor cantidad de anunciantes. No obstante, como un medio creativo por excelencia, la radio ha sido descuidada por sus industriales que, si bien es cierto, cuidan el estado de sus empresas, olvidan que parte del negocio está en la calidad del contenido que ofrecen.

"Esto también tiene una explicación en la incapacidad de evolución de las propias empresas radiofónicas que no terminan de animarse a explotar todo el potencial de su medio, incluso en la proposición de esquemas comerciales más atractivos para sus clientes. Estas razones han provocado que la caída en la inversión publicitaria lleve a la radio al tercer lugar en las

preferencias de los anunciantes. Según datos del Centro Interamericano de Marketing Aplicado (CIMA), en el 2002, la radio recibió 13 % de la inversión publicitaria, debajo del 54 % de la televisión abierta y 15 % de los periódicos, y echando un vistazo hacia los números en el 2003, la tendencia parece seguir el mismo camino.

“Ahora, los industriales de la radio, se inclinan cada vez más por la balanza musical, debido a que el costo de la radio hablada no alcanza a ser paliado con índices de audiencia que indican, según datos de IBOPE, que las emisoras musicales alcanzan hasta 24 % de los radioescuchas, frente al 11.7 % que atiende a los noticieros ó 4.6 % a algún otro formato de radio hablada”. (7)

De acuerdo a un análisis de Angel Faus Belau, la crisis de la radio en México, se debe a que: “Cada día la narración es más rígida, más escueta, menos fresca. Hay mucha gente que habla por la radio y muy poca que hace radio al hablar. Hemos perdido gran parte de la capacidad de sorprender, de impulsar la imaginación , de medir el tiempo del relato; de entretejer la realidad y la emoción del verbo, la actualidad y la estética, el esencial informativo....y lo hemos sustituido por el monótono dar en el mismo clavo durante horas, cada día de la semana”. (8)

Con esto, uno se puede dar cuenta que el fin informativo y educativo de la radio, esta siendo desplazado, cada vez más por el del entretenimiento, ya que para los empresarios, resulta más fácil programar tres o cuatro canciones en línea y poner a un conductor a hablar como merolico, dándole por su lado al público y regalándole a cambio de su preferencia un disco del artista de moda, al fin, crece la publicidad, los patrocinadores encuentran un espacio seguro de exposición y el cebo del regalo, sigue atrayendo más y más público, pues como dicen, “de gorrita café, a todo mundo le gusta andar”.

(7) GOMEZ Valero, Carlos e ISLAS Reyes, Laura. “No hay sintonía en la radio”, en [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx)

(8) Ibidem.

Lo que sigue...es esperar una radio mucho más creativa, interesante y moderna. Musical e informativa al mismo tiempo, pero no superficial, sino coherente con los tiempos actuales, con discursos inteligentes y buscando siempre el beneficio del radioescucha, ávido de un espacio de expresión, libre de tendencias y dispuesto a dar réplica a su participación.

### **1.3 Funciones sociales de la radio**

Como en todo nuevo invento, las expectativas sobre la radio fueron muchas y definidas como de servicio a la humanidad principalmente. Al surgir, este medio pretendió (y lo logró) convertirse en una vía de enlace y comunicación entre las personas que tuvieran acceso a ella como una función social al alcance de todos y que no implicaba problema alguno para entenderla.

Surge así la radio como un medio de mayor penetración en los países, como la solución más eficaz para el impulso a la educación y a la cultura populares, puesto que según un estudio de la UNESCO de 1977 “con la miniaturización y la transistorización, que permiten costos muy bajos, la radio está llamada a revelarse cada día más como un instrumento bien adaptado a las culturas fundadas en la transmisión oral y en los valores escritos”.

La radio de esta forma, se convierte en el medio de comunicación que puede abarcar a la mayor cantidad de personas al mismo tiempo; puede llegar a todos los rincones del país, y su relación costo-beneficio es más ventajosa que la de cualquier otro medio que, aunado a su difusión masiva, tiene la facilidad de que para poder recibir su mensaje no es necesario saber leer.

“A partir de la televisión —señala McLuhan—, la radio se ha orientado hacia las necesidades individuales de las personas a distintas horas del día, hecho que va de la mano con la pluralidad de aparatos receptores en dormitorios, cuartos de baño, cocinas, automóviles y actualmente, en el bolsillo. La radio, que antaño fuera una forma de audición en grupo que

vaciaba las iglesias, ha vuelto a los usos privados e individuales desde la aparición de la televisión". (9)

Las funciones de la radio (informar; socializar; motivar; debatir, dialogar; educar; promover la cultura; entretener, divertir, e integrar) parten de un objetivo en común que es la comunicación y vinculación entre los individuos pertenecientes a una raza, a un país o a un continente.

En la actualidad el fenómeno de la comunicación se ha convertido en un fuerte elemento de poder a gran escala, en la que existen riesgos y peligros si se utiliza de manera equivocada, porque llegado el caso, puede convertirse en un difusor de verdades a medias o mentiras; pero el mayor peligro que ofrece es el de confundir al individuo. Por esto, lo ideal sería que los medios de comunicación social apuntaran hacia la cimentación y afianzamiento en el individuo de su cultura nacional, popular y que sepa diferenciarla de otras culturas que conforman una más universal.

Entonces, **¿Cuál es la función social de la radio?**

La radio, ha descubierto el poder de interlocución. Da lugar a conversaciones imaginarias entre un emisor, a quien se siente como un amigo, en cierta medida un alter ego, pero también alguien de quien se discrepa, con su receptor, que, de esa manera, se vuelve un ente activo. Así la radio ayuda a que un número creciente de personas se sientan menos solas; disminuyan los niveles de miedo, y experimenten una mayor comprensión de una realidad altamente compleja.

(9) McLuhan, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre., pp. 371, 374 y 375

De esta forma, señala Francisco Prieto, en su artículo "Función social de la radio": "la virtud de la radio es ser un medio de alimentación a la inteligencia. Pasarán otros cien años y la radio seguirá siendo el medio de comunicación más importante, no sólo porque sea el medio más barato ni porque el mayor número de los mexicanos lo usemos y utilicemos, sino también porque precisamente nos despierta y nos llama al uso de la imaginación y de la inteligencia, que es a fin de cuentas lo único que nos hace humanos y ciudadanos". (10)

Esperanzas y definiciones muy alentadoras para la radio en nuestro país, que sin embargo, ha ido dejando espacio más a los intereses comerciales, que a su contenido. Incluso, los líderes de opinión, que en ella trabajan informando e interactuando con la gente, hasta ellos, tienen que hacer redituable su espacio.

No obstante los avances registrados en la radio durante los últimos años, el cuadrante capitalino a más de 70 años de su creación no ha podido ver un total progreso de carácter sustancial y significativo relacionado con su labor como instrumento de comunicación social. Por el contrario, las perspectivas como un medio de servicio social se han visto frenadas especialmente por los intereses comerciales de sus manejadores: la alta concentración de las emisoras radiales en manos privadas; la falta de interés o imposibilidad por parte de las instancias gubernamentales para transformar la situación del medio; situaciones que han mermado su uso por parte de los radioescuchas que en vez de convertirse en parte activa del medio, han pasado a ser objetos consumidores potenciales.

Pero como asegura Raúl Trejo Delarbre "la radio, sí tendría que servir para algo más que para hacer ruido, pero en México, salvo excepciones que son precisamente eso, ha servido para muy poco. Ha cumplido más funciones de distracción o evasión, que de auténtico

(10) PRIETO, Francisco. "Función social de la radio", en Revista Mexicana de Comunicación. México, DF noviembre 1995 - enero 1996 p. 8

entretenimiento. Ha banalizado más que informado. En su factura habitual, los intereses han sustituido a la imaginación o a la búsqueda de nuevas opciones de producción". (11)

Propuestas ha habido muchas. Una de ellas, que se presentó como la nueva opción para ver las noticias desde otro punto de vista, menos formal y con más humor de por medio, sin perder el sentido informativo; fue el noticiero *El Mañanero*, conducido por el payaso Brozo, que inició transmisiones por radio, en 1994.

Algo inusual, es cierto, que al principio causó sensación, debido a lo "diferente" de la propuesta. No obstante, aquí lo que llamó la atención de la gente, fue el morbo, el saber con qué saldría el también llamado, *Payaso Tenebroso*, cuál sería su ataque del día y qué tantas verdades diría. Las noticias, para el público, quedaban en segundo plano, al fin que más tarde, habría tiempo para saber qué había sucedido en el país, ya fuera a través de la misma radio, en un espacio con más seriedad; en la televisión o incluso, por el periódico.

Así, ¿Brozo y *El Mañanero*, cumplían con:

1) Informar?: Sí, daba información de los hechos más importantes del día, centrándose siempre en la nota más jugosa y claro, en la más chacoteable o fácil de burla.

2) Socializar?: Sí, había una participación directa del público. La relación entre conductor y audiencia era total. En este noticiero, había un trabajo de investigación y análisis de fondo, para saber qué es lo que se iba a decir y cuáles serían las herramientas para criticar dicha información.

3) Motivar?: El humor era el punto clave. Ya después, Brozo usaba el albur, el doble sentido y el lenguaje coloquial, duro y directo, como anzuelos anexos para provocar la

(11) MARTÍNEZ Galicia, Pablo. Las voces influyentes del cuadrante informativo. Tesis Profesional, para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. UNAM-FCPyS, México, DF 1988, p. 75

participación buena o mala de la audiencia. Aquí, simplemente se aplicaba eso de que “al pueblo lo que quiera”, hay que divertirlo y de paso, decirle que no se deje y que recuerde al final, que “¡Sí se puede!”

4)Debatir y dialogar?: No. Había crítica y burla a los “errores” del poder, pero ¿qué pasaba después? Nada, todo se iba en burla y broma. Todo quedaba en palabras atrevidas y verdades ya sabidas. En *El Mañanero*, nunca hubo investigación, ni seguimiento de un tema en especial; tampoco se llegaba a conclusiones definitivas y mucho menos, a una solución. Pero tampoco se podía pedir tanto, ya que la producción del noticiero, nunca pretendió hacerlo, simple y sencillamente porque no había como; no había profesionales de la noticia en realidad, el único especialista, era el colaborador de Deportes, Alfredo Ruíz, y los demás, eran simples lectores de noticias.

5)Educar?: A no ser que haya sido para el mejor manejo del albur, es impensable que *Brozo* con su espacio informativo, haya pretendido enseñar algo o quizá, como dijo el mismo Víctor Trujillo, concienciar al público de que la información es poder. Pero francamente, la gente esta más preocupada por subsistir, que por luchar informados.

6)Promover la cultura?: ¿Cuál?, cabría preguntarse, más bien. Hacer uso de un lenguaje coloquial y simple, sólo hacía más entendible lo que se escuchaba y eso, si el público sabía de lo que se estaba hablando en realidad. El arte y la cultura, definitivamente estaban fuera de la chacota del *Mañanero*.

7)Entretener y divertir?: La diversión estaba en la crítica. La burla era el detonante principal, no la difusión de actividades recreativas en si, como el teatro, la danza, el arte, la literatura, la música, etc.

**8) Integrar?:** Sí, en *El Mañanero*, se hacía más accesible la información, se explicaban las declaraciones de los políticos y se decía su verdadero significado. Al final, el público sacaba sus propias conclusiones.

*El Mañanero*, nunca pretendió ser un espacio concientizador de masas. Sí provocó y tuvo resultados, pero en este espacio informativo, sólo se quiso informar sin aburrir y volver a lo mismo: decir la verdad, dejarlo a consideración del público y hacer que éste, se sintiera tomado en cuenta. Nunca hubo un enfoque realmente periodístico en su contenido. *Brozo* tenía el poder de saber de qué y quién hablaba, hasta dónde, según él para no perjudicar las garantías individuales de terceros, y cómo hacerlo. Cotorreaba lo literal de la noticia, no el suceso en sí, pero nada más.

#### **1.4 Grupo Acir Radio**

### **SURGIMIENTO Y CONFORMACIÓN**

El grupo radiofónico ACIR S.A. es de los que a lo largo de los últimos diez años ha presentado un desarrollo total en lo que a infraestructura y recursos humanos se refiere, de forma más rápida que los demás grupos radiofónicos del país; de ahí su slogan "Grupo ACIR.. Líder Nacional en Radio".

Grupo ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio) fue creado en junio de 1965 por su presidente y director general Francisco Ibarra López , quien desde ese momento creó el concepto de brindar servicios integrales a las radiodifusoras nacionales dentro de los rubros de ventas, producción, asesoría, implementación técnica, así como los relacionados a aspectos legales y jurídicos, que para estos momentos es una corporación con 32 años de vida y 160 radiodifusoras en 43 ciudades, lo que la hace una de las más importantes de la República Mexicana.

Según Francisco Ibarra, cuando formó la emisora: “Todos los empresarios del ramo radiofónico, se concentraba en la capital y a la provincia le daban un lugar secundario, como representación nada más. Vi que en el interior del país la necesidad de hacer una radio más moderna, más actual. Los radiodifusores del interior eran normalmente gente de primer nivel dedicadas a su empresa, normalmente empresas familiares, y adolecían de asesoría, de sistemas, de conocimiento fiscal. Nosotros fuimos el primer grupo integrado de manejo de radio a nivel nacional. Ese fue un camino que nadie había recorrido”. (12)

Además de las siete emisoras del D.F., este grupo posee 146 emisoras tanto propias como administrativas o afiliadas alrededor del país: Acapulco, Celaya y León (Guanajuato); Ciudad Delicias, Ciudad Obregón; Coatzacoalcos (Veracruz); Monterrey (Nuevo León); Morelia (Michoacán); Querétaro; Villahermosa (Tabasco); Puebla; San Luis Potosí y Valladolid (Yucatán). Y en Estados Unidos da apoyo administrativo y programático a 16 emisoras en Texas y California.

Las estaciones de Grupo Acir son en AM: XEVOZ 1590 “Bonita” Con el Sabor de Mi Tierra; XEL 1260 “Radio ACIR” La señal del país, y XEFR 1180 “Oxido Radio”. Y en FM: XHDF-FM 106.5 “Mix FM” La Mezcla Musical Perfecta; XHPOP-FM 99.3 “Digital 99”; XHSH 95.3 “Inolvidable 95.3 FM”, y XHM-FM 88.9 “Azul 89” El color de la música.

La pionera Radio ACIR “La señal del país” (XEL 1260 Khz Am, 10 kw de potencia) nació dos años después de la expropiación petrolera (1938), bajo la batuta de Radio Impulsora Herdez, que durante sus primeros años la conformó de varios perfiles y formatos.

En la década de los cincuenta, fue una estación bilingüe bajo el nombre de Capital, pero es

(12) “Quién es Quién”, en La Radio No. 5 México, DF verano – otoño 1997 p. 58

hasta 1965 cuando Luis Cabrera conforma lo que fue Radio Capital con música internacional contemporánea, principalmente rock. Aunado a esto, 1965 es también el año en que es conformado el Grupo Acir.

Para 1989 la estación cambió el nombre al Radio ACIR (y Radio Capital ocupó la frecuencia de Radio Voz) incorporando al periodista Guillermo Ochoa en un noticiero llamado "Informativo Panorama" en compañía también de la periodista Lourdes Guerrero; noticiero que en 1992 se hizo acreedor al Premio Nacional de Periodismo en Crónica y Reportaje y del premio "Ondas" junto con Grupo Acir, que otorga el gobierno de España.

Actualmente "La Señal del País" transmite programas durante las 24 horas del día, para lo cual ha tenido que adquirir tecnología avanzada en cuestión de radiofonía como el sistema de transmisión digital, emisión vía satélite, unidad móvil de las más sofisticadas, etc.

### **Tecnología y Programación**

Grupo ACIR fue el primero en instalar el sistema de satélites a nivel funcional y que maneja, desde el año de 1987, ininterrumpidamente hasta la fecha, 24 horas diarias de transmisión. En aquel entonces eran tres canales de satélites y en este momento cuenta con el único telepuerto en América Latina, que trabaja integralmente computarizado, con ocho señales a nivel nacional y cubriendo Sur y Centro América. Se manejan también, un total de 160 emisoras en la República Mexicana, con una distribución equilibrada, lo que significa que hay una cobertura nacional de costa a costa y de frontera a frontera.

Entre los objetivos que han distinguido el trabajo del grupo de comunicaciones que conforma Grupo ACIR, está el dar un servicio de comunicación objetiva, real y oportuna a nivel nacional; llevar a los hogares mensajes de unión, de trabajo, de superación, de concordia y de optimismo; exponer el acontecer diario del país en lo político, lo económico, la diversión y el entretenimiento, todo con eminente espíritu nacionalista, invirtiendo en México y generando nuevas estaciones y empleo.

### **1.4.1 La estación: "Okey! Tu Ritmo" 95.3 FM**

En entrevista realizada a Luis Cabrero, director de Operaciones de Radio Acir, sobre los inicios de la estación OKEY "Tú Ritmo", la transmisión inicial de *El Mañanero* por ésta y la repuesta del público, éste señaló: "Bueno, la Comadre, no empezó como tal en FM, sino que surgió en AM en la XEFR, donde mucho tiempo después comenzó El Mañanero. Más tarde, la Comadre pasó a formar parte del cuadrante de Frecuencia Modulada, pasando con ella, lógicamente todos sus programas incluyendo el noticiero que acabo de mencionar, y ya estando en FM, la estación desapareció y dio paso a OKEY 'Tu Ritmo', que fue algo así como un experimento".

#### **Sin embargo, fue una estación del mismo corte ¿no?**

"Era del mismo corte, pero no tan grupera como la Comadre, era más bien una estación más tropical, con salsa y todas esas cosas, y no como la otra que era en su mayoría grupera, medio norteña y con algo de banda".

#### **Con más de 30 años en la emisora, ¿Había tenido ésta, dentro de su programación, un noticiero como *El Mañanero*?**

"No, de ese estilo, medio en broma y medio en serio, nunca lo habíamos tenido. Siempre habían sido noticieros serios. La idea llegó, cuando Víctor Trujillo vino a trabajar con nosotros".

#### **Y, ¿cómo les ha funcionado?**

"Bien, la prueba es que todavía se mantiene"

#### **¿Y el público?**

"Pues mucha gente protesta, pero es como en todo. Hay gente a la que le gusta, le apasiona, y hay otros a los que les molesta y les parece ofensivo. Pero en una palabra, si tiene más éxito que rechazo, pues lo busca bastante la gente y Víctor tiene mucho jalón personal; es decir, en sus presentaciones personales. Nosotros lo sacamos mucho a Universidades y a

eventos, por ejemplo, hay casas comerciales, que nos dicen: 'queremos que venga Brozo a hacer su programa desde aquí', para que te imagines su demanda".

### **¿Y en provincia?**

"También, de hecho, acaba de ir a Nuevo León, al aniversario de una universidad, y según el gerente de nuestra estación allá, fue todo un suceso".

### **Sobre el rechazo que llega a tener entre algunas sectores, ¿éste ha repercutido directamente sobre la estación o no pasa del programa?**

"Bueno, normalmente hay un criterio de que lo que se expresa en los noticieros o en los programas hablados, no es punto de vista de la empresa, sino del conductor".

### **Sí, pero como se permite, tal vez a la estación llega alguna llamada de atención, ¿no?**

"Bueno, sí pudiera pasar eso, pero se supone que estamos peleando la libertad de expresión".

### **¿Entonces no les afectó la campaña que hubo de limpieza en los medios, cero vulgaridades, etc.?**

"No, aunque yo estoy un poco a favor de esta medida, porque antes había un respeto tremendo hacia el público que escuchaba la radio. Es más, si alguna vez a algún locutor se le salía una mala palabra, que sí llegó a suceder, andaba hasta temblando porque le iban a quitar su licencia de conductor".

### **Si como me decía, que siempre para lanzar un programa hacen un estudio previo.**

#### **Para *El Mañanero*, ¿qué se tomó en cuenta?**

"Pues más que otra cosa, la popularidad de Víctor en ese momento; además de basarnos en encuestas, que se realizaron sobre la marcha del programa a gente no muy grande. Era una idea ya pensada, trabajada y todo mundo suponía que debería ser un éxito, sobre todo por la trayectoria de Trujillo".

**Y usted, ¿qué opina de *El Mañanero*?**

“Ahora está en un horario que me es difícil escuchar, pero por lo menos sé que Víctor se documenta e informa muchísimo, para poder tratar temas de actualidad, efervescentes al momento, y la mejor respuesta de esto, es la respuesta que ha tenido del público. Mi opinión personal, es que nadie estaba acostumbrado a oír un noticiero como este y de repente, al salir al aire, sí fue algo brusco, pero ya nos hemos acostumbrado y más que todo son dobles sentidos los que hace Víctor, no son palabras fuertes realmente, son altisonantes, pero no llegan a ser lo que pretenden ser.”

**Entonces, ¿usted lo tomaría como uno de sus preferidos o por lo menos le daría curiosidad escucharlo?**

“Por lo menos lo segundo, ya que el personaje de *Brozo* se me hace muy atractivo, especialmente para radio”. (13)

La gente se acostumbra a escuchar lo que le gusta y este fue el caso del *Mañanero*, que gracias a la imagen y éxito del personaje de *Brozo*, pudo sobrevivir ante las críticas de la gente, a la que no le parecía que alguien en radio, estuviera hablando con dobles sentidos o se refiriera a la mujer, de forma despectiva. Cabe mencionar que este programa, ya venía planeándose con tiempo y había un estudio de mercado, pues la empresa no se iba a arriesgar sin saber los posibles resultados. Esto era un negocio y como tal, el mejor gancho para tener éxito sería la imagen del payaso lastimero, socarrón, lumpen, que ya tenía peso (gracias a la televisión), en un sector de la sociedad, el cual ahora sería llevado a un medio nuevo, la radio.

Decía Maquiavelo que “el fin justifica los medios”, y esta vez, se decidió ir a la segura y colocar a *Brozo* y su noticiero, dentro de la programación de una estación netamente gruperá. ¿Por qué? Porque este payaso se debía, supuestamente, a la clase baja, popular, que se divertía con las ocurrencias y dobles sentidos de este personaje. La gente quería

(13) Entrevista realizada por la autora de esta Tesis, el 5 de octubre de 1998.

divertirse por la mañanas y *Brozo* lo logró y aunque fue otra opción informativa, no logró desbancar a los noticieros serios.

Pero eso no importó, porque como buen producto de mercadotecnia, el hecho de que el *Payaso Tenebroso* atrajera grandes masas, trajo consigo el beneplácito tanto de la emisora, como de algunos grupos comerciales que comenzaron a solicitarlo para que desde sus instalaciones, transmitiera su noticiero y de paso, la gente se llevara uno que otro producto de la casa anfitriona. Así que, más que un atractivo informativo, *El Mañanero* y *Brozo*, se convirtieron en un excelente gancho comercial a nivel nacional.

#### 1.4.2 El noticiero en la emisora

De acuerdo con el político Granados Chapa, “al principio, en los comienzos de la radio se leía el periódico en los espacios informativos. Y al contrario, ahora la competencia que es muy recia, ha favorecido la profesionalización, la división del trabajo, la especialización.

“Antes -prosigue-, prácticamente cualquier persona con un entendimiento previo en periodismo podría dedicarse al trabajo radiofónico. Hoy es cada vez más necesaria la especialización para ingresar en el mercado de trabajo. Sí hay una mejora notable en la técnica de presentación de las noticias y aunque todavía no estamos en un nivel óptimo, hemos avanzado notablemente”. (14)

Según asienta en su trabajo de tesis, Pablo Martínez Galicia, “los espacios informativos están incorporando nuevos formatos donde el comentario tiene un papel protagónico, con lo que se dejan atrás las emisiones donde el eje central sólo es la información. Esto permite también la oportunidad de la audiencia a emitir su comentario, el auditorio está más

(14) MARTÍNEZ Galicia, Pablo. *Op.cit* p. 69

identificado con un medio donde reconoce su propia voz, incluso su voz física a través de grabaciones (correo de voz)". (15)

Un ejemplo vivo de este cambio informativo, de identificación popular, sería la salida al aire, en 1994, del noticiero *La Ensalada de Lechuga*, transmitido por Radio AI (1490 AM), que manejaba la información en unión con la diversión y donde la clave estaba en la conducción, pues si al locutor no se le daba el humor y el comentario certero, este resultaba desastroso. Así, esta técnica sólo había tenido éxito en la radio (también fue aplicada a la televisión sin buenos resultados), donde la tertulia, o sea el chisme, el comentario fácil, la nota cómica y los deportes resultaban el contenido preponderante.

Por las mañanas al escuchar las noticias por la radio, se podía recorrer casi todo el cuadrante pudiendo observar que todos los noticieros parecían estar cortados por la misma tijera, no había nada especial, ni novedoso en ellos. Razón por la cual, el formato de *La Ensalada de Lechuga*, fue novedoso, porque sin el uso de libretos aburridos, su conductor, Héctor Lechuga, lograba una comunicación muy personalizada, que igual se burlaba con las declaraciones de los políticos, que se prestaba como enlace para resolver o tratar de hacerlo, los problemas del público, es decir, se lograba una comunicación circular o de contacto directo con el auditorio.

Así, uno de los requisitos esenciales que se exigen al noticiero de radio es interesar al mayor número, para no decir a la totalidad de los que escuchan. El periodismo radiofónico debe ser por su naturaleza, conciso, incisivo, dotado de extrema claridad y de gran sencillez. El periódico por radio trata, sobre todo, de dar el mayor número de noticias con la máxima oportunidad y la más grande concisión. El color y el detalle pertenecen al periodismo impreso.

(15) Ibidem p. 70

### 1.4.3 Organización y funcionamiento de la Dirección de Información de Acir Radio

Conociendo todas las características que deben estar presentes en un noticiero radiofónico, para el tema de investigación de este trabajo, es importante saber cómo se maneja el Departamento de Información de ACIR Radio y así lograr un mejor entendimiento y desarrollo del análisis de uno de sus noticieros, *El Mañanero*.

Con este fin, se entrevistó a Edmundo Santos, jefe de Información de Acir Radio, quien explicó: "Acir Noticias tiene un área de noticias, vaya la redundancia, que está destinada a dar servicio a los diferentes programas que de alguna u otra manera manejan información, es decir sucesos de actualidad. Tenemos una redacción, conformada obviamente por egresados de las escuelas de periodismo, comunicación, etc., al igual que por un equipo de reporteros y corresponsales tanto nacionales como extranjeros.

"Principalmente –continúa-, nosotros damos, como ya te había mencionado, un servicio a los noticieros, como es en este caso *Panorama* en todas sus emisiones, pero si alguien más requiere de información, también se la proporcionamos, como en el caso del *Mañanero*. Además, de alguna manera también hacemos uso inmediato de los reporteros en el caso de que en un momento dado se requiera tal información, la cual nos pasan y la entregamos isofacto".

#### ¿Cómo esta conformado el Departamento de Noticias?

"Este consta de un director general de Noticieros, que es el señor Romero Herrera; por un gerente de Noticias, que es Eduardo Pasquel; por una Jefatura de Información, a cargo de un servidor, y por una Jefatura de Redacción, bajo la dirección de Elizabeth Bretón. Ya después de aquí, se desglosa la redacción, los reporteros, los corresponsales, etc. que sería la Gerencia de Producción de Noticias".

### **¿Cómo jerarquizan ustedes la información?**

“Cuando tú laboras en un área de noticias, obviamente estás empapado de lo que está ocurriendo en tu país y en el mundo. Nosotros nos regimos prácticamente sobre lo que es el sentido estricto de la noticia, lo que importa, lo que involucra a nuestra sociedad y que puede ser de interés general para ella; basándose en esto, vamos determinando lo que es la información, por ejemplo: hay algunas noticias que quizá para el noticiero de Víctor Trujillo (*Brozo*) no le interesa mucho, pero nosotros tenemos la información, la cual recibimos de las diferentes agencias noticiosas con las que tratamos, de los reporteros que están constantemente reportando qué es lo que está ocurriendo, aparte de que llevan una orden de trabajo que tienen que cubrir, independientemente de las fuentes de información que se les asignan, de tal forma que con esto podamos cubrir todos los sectores. Y bueno, en base a eso es como vamos determinando la información”.

### **¿Siguen alguna línea?**

“Bueno, mira yo creo que ha habido cambios que han sido muy importantes últimamente, cambios que nos han hecho de alguna manera cambiar, ya que antes las condiciones que vivíamos eran diferentes, quizá teníamos que manejar una línea, pero ahora yo creo que lo que buscamos realmente es la credibilidad ante la población, que se maneja en base a muchos aspectos, pero yo creo que uno de los más importantes es precisamente el no caer en un oficialismo, en una “declaracionitis”. Antes, la información era muy saturada, debido al abuso del manejo del: dijo, señaló, manifestó, concluyó, reiteró, etc. hoy tratamos más de buscar la información que esté basada más en los hechos y las declaraciones, a veces, dependiendo de quién provengan o como las haga, así es como lo vamos manejando.

“Esto no quiere decir –prosigue-, que manipulemos la información, sino que simple y sencillamente vamos ya regulando, controlando, de alguna manera esa información que ya no tenía ningún sentido. De esta forma, la línea justamente como tú lo decías, es dar a conocer los hechos, los acontecimientos apegándonos lo más objetivo que se pueda; no te estoy diciendo que lo seamos ciento por ciento, porque tú sabes que la objetividad desde el

punto de vista de comunicación es muy cuestionable, sin embargo tratamos precisamente de caer más en este juego de ser un poco más objetivos, dentro de lo que se puede, para tener la oportunidad de ganar esa credibilidad entre la gente”.

**Entonces ahora van más hacia la investigación y no nada más se quedan en las simples declaraciones ¿no?**

“Así es, hoy yo creo que ya es un poco diferente, hoy vamos a comprobar, a confirmar o a reconfirmar en un momento dado los hechos más que "oiga, pues usted ¿qué opina de esto?". Yo me acuerdo que hace algunos años, por ejemplo cuando ocurrió la Guerra del Golfo Pérsico, la mayoría de los reporteros o un gran número de éstos iban y le preguntaban al presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) sobre cuál era su opinión, yo creo que los del Golfo Pérsico estaban muy preocupados por la opinión de este señor, o sea, a quién diablos le va a interesar una opinión del presidente de esta organización ¿no?, es decir, qué puede aportar sobre el conflicto, nadie pone en duda su cultura, el que sepa sobre la cuestión, pero yo creo que en un caso tan importante como lo era en aquel entonces esta guerra, pues muy poco podían aportar en un conflicto de esta magnitud. Yo creo que esto ya ha dejado de ser, ya nos vamos un poco más, a la búsqueda de información que puede ser importante para nuestra sociedad”.

**Si el auditorio de La Comadre se encontraba catalogado como D-E (más bajo)\*, ¿para ellos se destinaba un tipo especial de noticia o se les daban por igual, como en las demás categorías más altas?**

“Sí, yo creo que los noticieros o la información muchas veces deben de estar destinados para ciertos sectores, no porque no lo entiendan o porque los hagamos menos o más, sino simple y sencillamente porque yo creo que cada quien escucha una estación y cuando lo hace es porque tiene un interés, entonces buscamos precisamente ese interés. Para nosotros

(\*) Ver ANEXO 2, al final de este trabajo, p. 113

es muy importante conocer el perfil de cada una de las emisoras, porque es también como nosotros de alguna forma podemos jerarquizar los informativos.

“Por ejemplo, el noticiero *Panorama*, debo decirte que es informativo dirigido a Azul 89, por lo que obviamente en él debemos tener información muy bien definida hacia ese sector de la población que sintoniza la estación, que es AB (ingreso mensual de 22 mil pesos en adelante). Entonces lo hacemos ya con conocimiento de causa - por decirlo así -, sabemos hacia dónde lo vamos a delinear, la estructura de la noticia a dar que más o menos les interesa, es decir, les va a interesar toda la información, todo lo que ocurre, pero por ejemplo, el reporte de la Bolsa de Valores, el Dow Jones o el Mercado Bursátil en Frankfurt, o cualquier otro lado; yo estoy seguro que a la gente que está escuchando la Comadre no le interesa pero un verdadero sorbete este tipo de información, no le interesa para nada o lo que está ocurriendo en algún lado, no se, la reunión del Fondo Monetario Internacional (FMI), y sin embargo al auditorio de Azul, que a lo mejor son empresarios, pues obviamente les interesa el manejo de los mercados bursátiles, por los movimientos económicos que esto pueda tener para nuestro país.

“Entonces –continúa-, a veces tienes que manejar este tipo de cosa o a lo mejor le debes de dar otro tratamiento a la noticia para que sea un poco más digerible entre la población, porque cuando te dicen a ti que están bajando tales tasas de interés, dices ‘pues a mí me vale sorbete’, pero si tú les dices que esas tasas de interés van a repercutir en las tarjetas de crédito por esto, esto y esto, pues entonces la gente lo entiende más, es decir, yo creo que los lenguajes que tenemos que manejar a veces deben de ser a doc, deben de ser acordes naturalmente a lo que se maneja en este tipo de noticias”.

**Bueno y para el caso del noticiero de Víctor Trujillo, ¿qué noticias seleccionan ustedes?**

“Mira, nosotros no seleccionamos noticias. Él (Víctor) tiene un área de producción y entonces nosotros les ofrecemos el material y ellos determinan qué es lo que se maneja y

qué no, o sea, lo que en un momento dado Víctor puede comentar, desarrollar o que él le vea algún interés. En base a esto, es como se va determinando el contenido”.

**¿Y qué era lo principalmente ellos tomaban de ese material?**

“Pues mira, Víctor Trujillo, pese a su figura que muchos piensan que es de puro relajado, es una gente muy culta. Víctor es una gente muy preparada, que diariamente está enterada de lo que ocurre en el país y el mundo. Muchos de los comentarios que hace, precisamente los da porque sabe de qué habla. Él es una gente muy politizada y creo que es justamente en donde más se ensaña, donde más recurre al comentario o a la broma. La política, creo que es uno de los temas que más le gustan y lo maneja bien; entonces, selecciona ese tipo de información”.

**¿Cuál es su opinión sobre *El Mañanero*?**

“Fíjate que es un noticiero que, para quien lo escucha, está muy a doc, tiene mucho jale precisamente por el relajado que se echaba; por como Víctor maneja la información o las noticias, entre serias y no serias, de manera muy sarcástica, y creo que a la gente le gusta eso. Creo que tiene un público ya muy definido, que lo busca precisamente por escucharlo, quizá para divertirse un poco y al mismo tiempo de la diversión, estar adquiriendo información. A mí me parece que es un programa...mira, mucha gente los critica, muchos dicen que no se trata con seriedad la noticia; yo más bien creo que hay público para todos, creo que quienes satanizan un aspecto, son quienes no acceden en un momento dado a pensar que existe una diversidad de personas, formas de pensar, etc., y que no podemos acartonar”.

**Entonces, *El Mañanero*, como noticiero, ¿cree que en algún momento se podría convertir en algo más serio?**

“No, porque perdería su esencia. Además, la gente que escucha *El Mañanero*, de antemano está preparada para acceder en un momento dado a la información que le está dando Víctor, es decir, qué tan creíble o no era ésta. Se trata de un público, que aunque específico, es muy

grande. Yo lo vi, cuando estaba lo del PRAU, vinieron aquí a las instalaciones de Acir, miles de taxistas a apoyar su candidatura, y decíamos 'no que no lo escuchan', era impresionante". (16)

Decía Edmundo Santos durante la entrevista, que lo que se busca ahora, es la credibilidad ante la población y como él mismo lo dijo, quien escuchaba a *Brozo* por radio, iba muy a doc con la forma de ser y las características de dicho personaje. Entonces, por ende, la información que se proporcionaba a dicho sector del auditorio, era especial, dentro de las notas diarias, estaban aquellas noticias con toques alarmistas, exagerados y hasta cierto punto amarillistas, con las cuales poder jugar al bufón, exprimirles el contenido con una buena dosis de humor y doble sentido.

Hay noticias para cada tipo de público. No es lo mismo hablar del Dow Jones, que del aumento al precio de las tortillas, eso está claro. Así que, tomando en cuenta esto, ahora resulta que la gente de bajos recursos, necesitaba un infomativo a su nivel, donde se le deshebrara la información u más que informar, el conductor y sus radioescuchas, se divirtieran criticando los errores de los políticos mexicanos.

En pocas palabras, *Brozo* traducía el tecnicismo político, burlándose de ésta, dando su punto de vista e incitando al público a participar. Ese era el juego del "Yo digo - Tú me dices".

(16) Entrevista realizada por la autora de esta Tesis, el 7 de octubre de 1998.

## CAP. II ANALISIS DEL NOTICIERO RADIOFÓNICO “EL MAÑANERO” Y SU CONDUCTOR “BROZO” EN RADIO ACIR

“El humor, como la risa, tienen una función liberadora, libera del peso de las funciones sociales, de la tentación de tomarse demasiado en serio, el sufrimiento excesivo, incluso en la vida espiritual”.

**Evdokimov**

(La edad de vida espiritual)

Alguna vez en uno de sus artículos, el periodista Hugo Rolón, dijo "hay algo que siempre me ha fascinado de la radio: su inmensa honestidad. A través de la radio, una persona inteligente se percibe tal como es, sin maquillaje, al igual que un tonto, un mentiroso ó el tipo de personalidad que ustedes quieran. Lo mejor en el escaparate de la radio es que las personas con su propia voz se exhiben y gracias a ello nos dan la opción de elegir". (17)

Tal vez, esta descripción del universo radiofónico se podría aplicar a los espacios dedicados a la llamada radio hablada que abarca tanto noticieros como programas de opinión sobre diversos temas (económico, político, deportivo, de auxilio social y entretenimiento, entre otros), que por su muy especial estilo se hacen los preferidos del público. Sin embargo, también han surgido espacios noticiosos y de crítica a cargo de personajes muy especiales que han llamado la atención del público, dándole a su audiencia una visión diferente de las cosas e incluso mucho más entretenida.

Entre este tipo de programas se encuentran *Ensalada de Lechuga*, con Héctor Lechuga y León Michel, los editoriales rimados de Tacho López Tacho y la "polémica deportiva" con Ángel Fernández, los cuales comentaban de forma muy peculiar las noticias del día,

(17) ROLÓN, Hugo. "La Radio no tiene maquillaje", en *Magazine de Reforma*. 31 agosto 1997 p. 12

realizando parodias y referencias a los personajes del círculo político, económico y social de fin de milenio en México y el mundo.

Igualmente, hay otro programa muy peculiar, también de crítica mordaz a los hechos diarios del país y el mundo, donde a diferencia del antes mencionado, la conducción recaía en un payaso, pero no uno común y corriente, sino un personaje que desde su aparición en la televisión mexicana (Canal 13 Imevisión, ahora Televisión Azteca), causó opiniones divididas entre los televidentes, ya que para algunos era y es un personaje fuera de serie que dice las cosas como son, sin tapujos, con un lenguaje directo y coloquial, mientras que para los otros, era y es, soez y vulgar, de mal ejemplo para la juventud mexicana; me refiero a *Brozo*, el *Payaso Tenebroso* (personificado por el actor Víctor Trujillo, creador de otros personajes famosos como la Beba Galván, Estetoscopio, el Charro Amarillo, etc.).

Sin embargo, el éxito que Víctor Trujillo tuvo con *Brozo* superó a la crítica, y en 1994 tras consolidarse en la pantalla chica, dio el salto a la radio mexicana encontrando un espacio propicio en Acir Radio, donde propuso primero el programa de El Arrimón, para más tarde crear un espacio noticioso que a diferencia de los ya clásicos en el cuadrante, dejaría la solemnidad a un lado y daría a su contenido mucho humor. Al considerar que los formatos de los noticieros radiofónicos estaban ya gastados, Trujillo ideó quitarles la solemnidad y se lanzó con *El Mañanero*, el cuál venía planeándose desde agosto del mismo año, pues como el mismo cómico comentó: "Al salir la oportunidad me ofrecieron realizar un noticiero y yo pensé, ¿por qué no hacer uno chacotero?, con las mismas noticias que todos los informativos tienen, pero vistas con el otro cristal, el de la comedia; lo propuse y fue aceptado, además de que como aventura es algo muy interesante.

"A las noticias les veremos el lado positivo y de humor, pero también comentaremos asuntos que son de interés general, de los que todo el mundo habla y son secretos a voces, como eso de los parquímetros o las pugnas del PRI, pero sin dejar a un lado la objetividad, no habrá censura de ningún tipo. Nuestro objetivo será el de divertirnos, vamos a jugar con

la noticia, no a inventar nada. Esto no significa que la esencia de los noticieros se deje a un lado, aunque imperará la comedia, pero buscando siempre ser propositivos". (18)

Sobre esta nueva propuesta, la primera en la historia de la emisora y la forma en que surgió, se entrevistó a Elena Córdoba Lima, ejecutiva de Acir Radio.

### **¿Cómo se da el contacto entre Víctor Trujillo y Radio Acir?**

"Víctor empezó con nosotros después del Mundial de Estados Unidos, en 1994; allá lo conocimos, se platicó con él y junto con algunas personas de ventas y los directivos de la empresa, decidieron crear un noticiero que informara, pero que a la vez fuera un poco irónico y cómico sobre las noticias, y fue cuando se creó *El Mañanero*. Sin embargo, cuando la estación por la que se transmitía cambia su formato, el formato de este noticiero choca con él y se decide pasarlo a Radio Acir, donde en realidad había comenzado, con un programa llamado El Arrimón, que iba después de los Protagonistas, en el horario de 3:30 a 4:30 de la tarde. Después, se convirtió en *El Mañanero* de 6 a 9 de la mañana; más tarde, se le cambió el nombre a El Botanero, de 1 a 2 de la tarde y al final, en 1999, volvió a ser *El Mañanero*, pero ahora de 6 a 8 de la mañana, igual, por el 1260 de AM".

### **¿Por qué se decidió poner un proyecto como éste, al mismo tiempo que su noticiero estelar, Panorama Informativo?**

"Como somos un grupo radiofónico con siete estaciones en el DF, también tenemos que crear nuestra propia competencia y preferente que sea una dentro de la misma organización que fuera de ella, es decir, tenemos otra opción. De esta forma, con siete estaciones o siete opciones para el auditorio, a lo mejor una parte de éste prefiere nuestro noticiero nacional Panorama, que ya lleva como nueve años, pero la otra parte quedaba insatisfecha, por eso decidimos crear una opción para ellos, ese otro público de nivel socioeconómico bajo, por

(18) PÉREZ Albarrán, Jorge. "Para madrugadores. Víctor Trujillo estrena noticiero", Sec. Espectáculos de Novedades. 28 noviembre 1994 p. Inicial

el cual nació *El Mañanero*, el cual aunque haya pasado de FM a AM, no cambió su objetivo de recepción (población), pues aunque el 1260 es de nivel más alto, *Brozo* siempre va ir para el nivel D-E, pero a lo mejor no tan cargado como en Okey, ya que la programación de Radio Acir previa a este programa va dirigida a amas de casa, de todos los niveles y está antes de Los Protagonistas”.

**¿Ustedes llegaron a tener críticas de políticos o personas exteriores a la empresa?**

“Sí, al principio obviamente fue difícil, pero lo aceptaron muy bien, pues si tú te acuerdas *El Mañanero* tuvo muchos invitados, muchos de ellos políticos (como Carlos Castillo Peraza, candidato del PAN al Gobierno del DF, en 1997) en vivo. Entonces, resultó también muy agradable que respondieran al formato del programa, ahora ya no se maneja tanto por el horario, porque ya no es tan fácil que esta gente venga aquí a la estación”.

**Y la respuesta del público, ¿qué tan buena ha sido?**

“Les gusta mucho a los taxistas y en el interior de la República lo aceptan muy bien. La gente sigue mucho a *Brozo*, porque es un personaje genial, del que nunca te imaginas qué contestación va a tener. Es muy rápido y ágil para contestar, por eso siento que llama mucho la atención y más ahora que no está en televisión”.

**¿En radio, Víctor Trujillo y su personaje *Brozo*, tienen carta abierta?**

“Aquí lo apoyamos mucho, obviamente Grupo Acir, tiene una línea editorial que Víctor respeta; digo, es muy válido lo que es su personaje, pero siempre respetando las cosas como deben ser”.

**¿Qué parámetro le pusieron ustedes para poder desarrollar su noticiero chacotero?**

“Víctor tiene carta abierta, te digo, sólo tiene que respetar lo que de algún modo podría molestar al público, como sería por ejemplo la religión; pero sin por ello, perder su propio estilo”. (19)

(19) Entrevista realizada por la autora de esta Tesis, el 5 de octubre de 1998.

*Brozo*, fue una competencia dentro de su propia empresa, para captar la atención de ese público que no capturaba un noticiero más formal, como Panorama. Un gancho informativo, que no obstante contar con la presencia de algunos políticos amigos, como el fallecido panista, Carlos Castillo Peraza, que aceptaba la crítica, pero igual le regresaba al albur a *Brozo*, con su peculiar humor yucateco.

Es cierto que *El Mañanero* fue un espacio recto, donde no hubo tanto invitados como se hubiera esperado y por ello, la réplica no fue tan amplia; aunque la producción sí realizaba invitaciones a diversos funcionarios, buscando precisamente esa dualidad informativa, pero la mayoría de las veces, recibían una negativa por respuesta, debido a la falta de seriedad del noticiero.

El poder de un personaje como *Brozo* y su repercusión en el público, ¿fue lo que hacía darle vuelta, por parte de “los acusados”? La agilidad para preguntar y contestar de este personaje, era innegable, además de que en su espacio, la retórica y el discurso político lleno de lo mismo, pero con mil vueltas, no tenían cabida, o se respondía lo que se preguntaba o no tenía sentido ir. El miedo a la crítica directa fue mayor que la capacidad de enfrentar la realidad y dar una respuesta coherente a las inquietudes de un auditorio que, respaldado por la presencia de *Brozo*, se atrevía a preguntar y opinar sin rebuscamientos.

## **2.1 LENGUAJE, IMAGEN Y SIMBOLOGIA DE BROZO EN RADIO**

“La auténtica clave de la creación radiofónica no es otra que conseguir una buena conexión y comunicación entre la imaginación del emisor y el imaginario colectivo de los oyentes”.

**ARMAND BALSEBRE (El lenguaje radiofónico)**

### 2.1.1 LENGUAJE RADIOFÓNICO (Características)

“El comentario radiofónico es el espacio de interpretación de la realidad”, dice Ricardo M. Haye, en su libro *Hacia una nueva radio*; porque el lenguaje no tiene límites, la radio se abre para que a través de sus ondas, se transmitan con libertad las palabras, los enunciados, las ideas, los pensamientos, los sentimientos, el acontecer, el humor, la filosofía, la vida, etc.

De acuerdo con Armand Balsebre, en su libro *El lenguaje radiofónico*, éste “es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio”, y define al sistema semántico radiofónico como “el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes”. (20)

El lenguaje radiofónico es flexible y permite expresar casi cualquier cosa, porque apela a la imaginación y a la buena voluntad del que escucha; de ahí que el elemento más importante sea la palabra, el habla. Hay palabras que son lo que dicen, llamar a las cosas por su nombre, es una manera de expresar su esencia y la palabra radial está ahí para convencer, aconsejar, acariciar, recordar, evocar, convocar, provocar y halagar; pero nunca para murmurar, insultar, regañar o alejar.

Por naturaleza, el lenguaje en radio es un lenguaje oral. Sin embargo, hay que señalarlo y repetirlo, porque a los hablantes, a los emisores, a los locutores, se les olvida. El lenguaje oral, se elabora en situación; es un razonamiento que se va haciendo y si bien, la finalidad es convencer, informar e interrogar; también es escuchar y dejarse convencer, enterarse y responder.

“El lenguaje radial, se estructura sobre la base del lenguaje coloquial, familiar, cercano, y por esa razón se introyecta en la mente y el alma del oyente. Es un juego de lo personal y lo comunitario. No es solamente miembro de un grupo social; es uno y parte, por lo que de común puede construir con otros desde sí mismo y su experiencia” (21)

De convocar, evocar y provocar, la radio puede hacer un uso ilimitado de esto último, de la provocación; que es ilimitada. Lo que se pretende, es provocar el diálogo, la imaginación, la discusión, la fantasía y la conversación. Y esto fue, por ejemplo, lo que quiso hacer Víctor Trujillo, con *Brozo* y el noticiero *El Mañanero*, provocar preguntas: “Quiero provocar porqués, de dónde diablos y ése de parte de quién”, señalaría el actor en alguna ocasión, para lo cual, a través del micrófono, comenzó a hablar con su verdad sobre la realidad del país, a decir eso que muchos omitían, con un lenguaje coloquial y sin rebuscamientos.

El lenguaje radiofónico de Brozo, giró alrededor de lo que quería decirse y escucharse. Desde el tipo de voz hecho por el conductor, hasta los efectos y música utilizados en el noticiero chacotero; todo fue debidamente explotado para una mejor retención y comunicación entre *Brozo* y su audiencia, que sucumbió a los “encantos” de un personaje ya conocido con anterioridad en televisión y referente de un estilo expresivo bastante peculiar, donde lo único que no existía era la misericordia crítica y burlesca hacia nadie.

Cuando se habla por radio, lo que se busca es decir algo creativo, que modifique a quienes lo escuchan, independientemente de la materia que se trata. En pocas palabras, “que asombre, entusiasme, galvanice, aterre, enternezca, seduzca, atempere, desconcierte, embelese, asuste, cure y renueve a quien lo escuche”. (22)

(21) ROMO, Cristina. “El lenguaje seductor de la radio”, en [www.cvc.cervantes.es](http://www.cvc.cervantes.es)

(22) AURA, Alejandro. “Palabras vivas, palabras, muertas: la radio creativa”, en [www.cvc.cervantes.es](http://www.cvc.cervantes.es)

Según el actor catalán Albert Boadella, “la palabra, es un medio de comunicación muy exacto, muy mecánico y carece de esos elementos mágicos que todavía tiene la imagen”. (23) Sin embargo, al relacionar este apartado con *Brozo* y *El Mañanero*, queda refutada esta aseveración, ya que la gran ventaja que tuvo este personaje populachero, fue precisamente integrar su imagen, al espacio radiofónico, es decir, dio voz e imagen concreta a su discurso en un medio donde a falta de referentes visuales, la imaginación es la clave maestra para un mejor proceso comunicativo. Aquí no faltó ninguna magia, más bien, el poder de la imagen de *Brozo*, fue lo que hizo más atractiva su propuesta, ya que, en el público había de antemano un referente del personaje, que ahora dejaría de contar cuentos, para hablar de la vida en el país, a su estilo y con las consecuencias ya conocidas.

Desde un punto de vista lingüístico, el periodismo de radio se caracteriza por dos rasgos específicos que dan su propia personalidad a esta modalidad del lenguaje informativo: el laconismo (brevedad) y el estilo comunicativo. La claridad y sencillez en la exposición del discurso, es lo que hace que se entienda mejor el mensaje. Si con estas características se llega a un mejor entendimiento, entonces, ¿cuál fue la novedad del lenguaje utilizado por *Brozo* en radio? A no ser por el uso de la burla sarcástica y el doble sentido, no hubo otra arma lingüística que lo acreditara como novedoso. El personaje del *Payaso Tenebroso*, simplemente se apegó al correcto lenguaje radiofónico y a las características de este. Quizá lo sobresaliente del *Mañanero* en radio, haya sido la libertad de expresión que la emisora le dio al personaje para expresarse sin problema alguno y siempre con derecho a réplica por parte del “ofendido”.

Algo justificado por el mismo *Brozo*, al asegurar que por ser un ciudadano que se plantaba frente a un micrófono, “por lo tanto tengo derecho a decir ciertas cosas, en tanto no vulnere las garantías individuales de una persona, sea el barrendero o el presidente”.

(23) BALSEBRE, Armand. *Op.cit.* p. 84

Así pues, para emitir un discurso que reúna, comunique y opine, y logre una identificación con el público; se pretende, señala el periodista argentino Ernesto Lamas, “primero, usar un lenguaje coloquial y la emisión de textos con una estética radiofónica. Textos que en otro tiempo podían sólo profundizar la tragedia de la que se hablaba (política, marginación, injusticias, corrupción), deberán contener un grado de comicidad, muchas veces alimentada por el realismo mágico involuntario de los políticos. Y segundo, transformar un relato serio en uno cómico: como decir más con lo no dicho, como reutilizar los discursos plagados de engaños y verdades ocultas”. (24)

### 2.1.2 EL LENGUAJE COLOQUIAL EN RADIO

Por lenguaje coloquial, se entiende: “el conjunto de elementos léxicos, propios de la comunicación informal, sin considerarse vulgares o groseros. Su uso no se considera adecuado, generalmente, en situaciones de carácter oficial o público. Están limitados al lenguaje oral y, en el escrito, a textos de carácter puramente informal. Cuando se usa, sin embargo, en situaciones formales, en el trato con personas de rango social superior o en textos escritos que no tienen un carácter familiar, su ocurrencia se interpreta, con frecuencia, como indicio de falta de cultura, a veces incluso como falta a los buenos modales o según la presencia de otros factores comunicativos, hasta como infracción deliberada de normas sociales, deduciendo de ello una actitud ofensiva o despectiva del hablante ante su interlocutor”. (25)

Una definición del lenguaje coloquial, bastante clara, que da pauta, para relacionarlo con personaje de *Brozo*, ya que este personaje, al romper los esquemas de una radio informativa seria, incursionando a este medio con un noticiero lleno de burla y lenguaje popular, fue tachado por muchos como un aniquilador del lenguaje formal, al que se estaba

(24) [www.answer.uni-augsburg.de](http://www.answer.uni-augsburg.de)

(25) LAMAS, Ernesto. “El uso del lenguaje en una radio ciudadana”, en [www.cvc.cervantes.es](http://www.cvc.cervantes.es)

acostumbrado escuchar en los espacios informativos de la radio. Ser grosero, irrespetuoso e infractor de toda norma social, son las características de este personaje, que hizo del lenguaje coloquial, su mejor arma para lograr una comunicación rápida y directa con los radioescuchas, con los cuales llegó a tener tanta identificación, que incluso el uso de palabras soeces o del albur o doble sentido, tan característico del humor mexicano, sirvieron como comodines o conectores a la hora de la recepción del mensaje y la respuesta a éste.

Los rasgos más comunes de este tipo de lenguaje, son:

- \* Gran expresividad;
- \* Utilización de diminutivos y superlativos;
- \* Utilización de palabras abreviadas (profesor-profe o policía-poli);
- \* Abuso de conectores (bueno o cosa);
- \* Pobreza de recursos léxicos;
- \* Utilización de palabras mal sonantes y palabras o jergas específicas o de argot, y
- \* Uso predominante de oraciones cortas y mal estructuradas.

La función comunicativa del lenguaje, consta de: a) el código o repertorio de posibilidades para producir unos enunciados significantes, y b) el mensaje o variaciones particulares sobre la base del código. Además, la lingüística moderna fija también un tercer aspecto, que es el uso social y cultural. Desde la perspectiva de la Teoría de la Comunicación, "el mensaje es una agrupación acabada, ordenada, de elementos concentrados en un repertorio, que constituye una secuencia de signos reunidos según ciertas leyes. Así, la comunicación sólo es posible cuando el repertorio de elementos del que toma forma y organización la secuencia de signos que constituye el mensaje es conocido tanto por el emisor como por el receptor". (26) Aunado a esto, el emisor, también debe incorporar los usos sociales y

culturales de los lenguajes en cada contexto particular para obtener el mayor grado de eficacia comunicativa.

“Cada medio crea su propio discurso y lenguaje, y la radio obedece en oportunidades al parloteo de la calle y en ocasiones a las modas de la gente. Cada radio desarrollo su propio discurso, recurre a la manera de hablar que le permita acceder a un público importante en términos de volumen de audiencia, y además se circunscribe a las características de la lengua hablada, directa, clara e inmediata. El modo de hablar se hace un recurso de autoconciencia, de socialización y de rebeldía. Cuando este escucha encuentra en la radio una caja de resonancia a sus necesidades, entonces se convierte en un oyente cautivo”. (27)

La familiaridad que debe tener el emisor, con el lenguaje a usar para comunicarse con su público, condiciona el factor aprendizaje, o lo que sería lo mismo, la escucha periódica de un programa en especial. Esto, favorece la retención de la información de los mensajes radiofónicos y por ende, aumenta el grado de previsibilidad de la información: en un momento dado, el radioescucha puede prever cada reacción del emisor ante un estímulo nuevo, pues el emisor habla de la misma forma cada día, utiliza el mismo repertorio limitado de signos lingüísticos y radiofónicos, y propone unos temas semejantes a partir de un mismo código de expresión ya conocidos por el receptor.

Algo que pasaba claramente en *El Mañanero*, donde la fórmula comunicativa ya era conocida, quienes lo sintonizaban, estaban conscientes de que sí se enterarían de las noticias del día, pero los comentarios a las mismas y sobre sus protagonistas, estarían llenos de burla e ironía. El mensaje de *Brozo*, sería directo y a la cabeza, reprochando los abusos del poder sobre el pueblo y subrayando como las acciones del gobierno, repercutirían

(27) BRAVO Raidi, Eli José. “La programación juvenil: ¿desfiguración del lenguaje?”, en [www.cvc.cervantes.es](http://www.cvc.cervantes.es)

realmente en los ciudadanos. Informados iban a estar, pero como menciona más adelante el profesor de Lingüística y Semiótica de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Luis Fonseca, en una entrevista realizada para este apartado: “De tanta chacota que había en el noticiero, al final llegaba a perderse el sentido informativo del programa” .

La comedia es buena y la burla de la realidad no hay duda de que puede ser un escape momentáneo de los problemas diarios, sin embargo, ¿hasta qué punto es tan bueno este uso de la chacota, en un noticiero donde lo que se pretendía, además de pasar un buen momento, era informar a quien lo escuchara, la realidad de las cosas, sin tanto adorno y rebuscamiento, característico del discurso oficial? Sin duda, al usar un lenguaje coloquial e igualitario, Brozo provocaba la reacción del público y la participación de éste, era mayor. Había una empatía por parte del conductor con su público, se identificaba con él, pues siguiendo la definición dada por Kennet B. Clark, este personaje tuvo “la capacidad de sentir las necesidades, las aspiraciones, las frustraciones, la alegría, la tristeza, la ansiedad, el dolor, el hambre de los demás, como si fuesen propios” (28) o como diría el propio Víctor Trujillo, al hablar sobre la esencia de su mejor creación: “*Brozo*, está hecho de adrenalina mexicana”.

Una definición, que no obstante, al ponerla en práctica, tal vez llegaba el mensaje a más gente, la cual opinaba sobre la nota del día y al igual que el conductor, seguía el juego de la burla, pero ¿en realidad, al final de la emisión, se quedaba con algo? o ¿después de escuchar a *Brozo*, el paladín de la justicia de los “pobres”, el radioescucha tomaba cartas en el asunto y aplicaba eso de que “la información es poder”, exigía sus derechos y refutaba todo discurso oficialista? No, la verdad es que *Brozo*, a través de su *Mañanero*, lo único que logró fue despertar al radioescucha con una buena carcajada y a lo

(28) BALSEBRE, Armand. *Op. cit.*, p. 223

más que llegó, y que no se le quita su mérito, porque al final de cuentas, demostró que la gente, en verdad ya está cansada de tanto político tranza, egocentrista y vende patrias; fue a la creación ficticia de su partido político, el PRAU, durante las elecciones de 1997 para Jefe del Gobierno del Distrito Federal, que tuvo mejor respuesta que los partidos políticos oficiales, sobre todo por parte de personas de bajos recursos o nivel medio-bajo, por ejemplo, los taxistas que incluso llegaban a las instalaciones de la estación de radio, ubicada paradójicamente en las Lomas de Chapultepec, para recoger su calcomanía de afiliación al “nuevo” partido y pegarla en su vehículo de trabajo y sustento diario.

Entonces, lo mejor es, como asevera Emilio Prado, “una actitud demasiado risueña, le resta credibilidad al tema. La tendencia ha de ser expresarse amigablemente, pero sin una afabilidad excesiva y ficticia que causaría los efectos contrarios a los perseguidos”. (29)

“Un hombre que tiene algo que decir  
y no encuentra oyentes, está en una mala situación.  
Pero todavía está peor los oyentes que no encuentran  
quien tenga algo que decirles”.

**BERTOLT BRECHT (La radio, aparato de comunicación)**

### **2.1.3 EL LENGUAJE DE BROZO EN RADIO**

La necesidad de escuchar su pensamiento en boca de otro, quizá esto fue lo que llamó la atención del público hacia el personaje de *Brozo*, cuando su creador (Victor Trujillo) decidió ponerlo como titular de un espacio informativo en radio.

Antes, hubo muchos que combinaron el humor con la información, pero nadie se había

(29) PRADO, Emilio. Estructura de la información radiofónica, p. 21

agarrado de una imagen lastimera, sucia y grasienta, con un lenguaje populachero, para hablar, criticar y opinar sobre el acontecer diario de México.

Aquí, no fue la información seleccionada lo que atrajo a la gente a escuchar un noticiero llamado *El Mañanero*, más bien, fue la imagen del conductor de dicho espacio el gancho para mantener durante cinco años, este noticiero en radio.

Todo un show visual y auditivo en *tele* que, sin embargo, tras presentarse después como una nueva opción informativa en radio y pasado el furor causado por la curiosidad del público de saber cómo iba a conducir un noticiero el famosos *Payaso Tenebroso*, haciendo uso solamente del lenguaje y su crítica mordaz; ahora es bueno preguntarse, si en verdad *Brozo*, al informar a la gente y hacerle la información más accesible, les dio el poder que tanto pregonaba en un principio.

La existencia de un oyente anónimo y ausente determina en cierta medida la capacidad creadora y expresiva de la radio. Algo que no tenía *El Mañanero*, pues desde un inicio fue dirigido a un sector de nivel socioeconómico bajo, por las características de *Brozo*, con lo cual, por lo menos el anonimato clasista del oyente no estaba presente y el proceso de producción y comunicación entre el conductor y su público, ya estaba condicionado y la capacidad creadora quedaba centrada en el discurso. Se sabía lo que le gustaba oír a la audiencia y eso se le daba, de una forma más provocativa: “¿Pa’qué sirve? No nos hagamos, cuando sube el gas es que ya se amolaron otra vez al pueblo...”, diría por ejemplo *Brozo* a la audiencia.

Somos lo que hablamos, es cierto, y tal vez esto fue lo que creció aún más la imagen de *Brozo* en radio. Desde el momento en que el idioma pasó a ser la herramienta fundamental de los medios de comunicación, convirtiéndose en su sangre y su código más básico, allí se les escapó de las manos a los estudiosos del español el control de lo que se debía decir y lo que no. Además, si tomamos en cuenta que los medios de comunicación, aunque tienen un

deber social con la población, son al fin negocios, no es raro imaginar por qué una emisora apostó por abrir un espacio en radio, a un personaje como *Brozo*. Un payaso, que como ya había demostrado su eficacia comercial en televisión, ahora llegaba a un medio menos controlado, según el periodista Jacobo Zabudovsky, porque: “La tele siempre ha estado en la mira del poder, la radio no” (30); además de que las condiciones políticas y sociales del país en ese momento (1994) también permitían un apertura más grande en los medios, ya que después del asesinato de Luis Donaldo Colosio, algunos quisieron volverse democráticos y la lucha por la libertad de expresión en los medios volvió a la batalla (y sigue hasta nuestros días).

“Las audiencias radiofónicas en México son fundamentalmente las clases populares, medias y, para emisiones especiales, profesionales o empresarios que suelen enterarse de la información del día durante los traslados de la casa al trabajo” (31). Con opiniones desfachatadas, cien por ciento viscerales, que cuestionaban, revocaban y se burlaban de los protagonistas de las noticias, este personaje con maquillaje, peluca y gran verbo, llevó a cabo un lenguaje periodístico eficaz, que de acuerdo a Dovifat, tenía que ser “conciso, claro y con una construcción que captara la atención del sujeto receptor del mensaje” (32) o como señalaba Hankar, el lenguaje tenía que “estimular -retener -fijar” (33), que aplicado al *Mañanero*, podría ser: humor – crítica y burla – participación del auditorio.

No obstante, *Brozo* nunca pretendió llegar más allá de un simple informador mañanero, cuenta netas: “Yo no corro riesgos porque no tengo pretensiones periodísticas ni de poder.

(30) Entrevista a Jacobo Zabudovsky, en el programa *Otros Ángulos*, del 22 de septiembre del 2003, por CNI Canal 40.

(31) AGUILAR Paz, Rubí, et al. “Apuntes para el estudio de la radio informativa en México. Radio, periodismo radiofónico, géneros de opinión”, en [www.ull.es/publicaciones/latina](http://www.ull.es/publicaciones/latina)

(32) MARTINEZ Albertos, José Luis. *El mensaje informativo (Periodismo en radio, tv y cine)*, p. 193

(33) Ibidem.

Mi pretensión sólo es jugar, por eso estoy disfrazado de payaso. Yo al público no le voy a decir la verdad de la vida, sólo busco explicar lo que nadie explica. Porque parece que hoy es preferible cuidar a un bonche de empresarios que a millones de jodidos”.

Un discurso atractivo, que sólo pretendía divertir. Pero, ¿qué es lo que comunicaba y cómo lo hacía?; ¿Qué signos son los que se pueden analizar en *Brozo* y un noticiero radial como *El Mañanero*?; Semióticamente, ¿había en radio una identificación entre *Brozo* y su público?, y ¿Qué tan eficaz fue *Brozo* (el personaje y su lenguaje), para una óptima retención del mensaje en el público?

Para saber la respuesta a estas y otras interrogantes relacionadas con el campo de la semiótica y la lingüística, aplicado a radio, se entrevistó al doctor Rafael Reséndiz Rodríguez, Coordinador y de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; donde también imparte clases de semiología.

**Desde el punto de vista de la semiótica, ¿qué opinión le merece a usted *Brozo* como titular de un noticiero en radio?**

“Está difícil que desde la semiótica podamos decir algo, porque es una pregunta muy complicada. ¿Qué opinión me merece *Brozo* en radio? Pues creo que, semióticamente, *Brozo* significa porque lo hemos visto en imagen, no porque lo estuviéramos escuchando. Si nosotros nada más hubiéramos escuchado esa voz, sin haber visto jamás esa imagen, seguramente no hubiera tenido el mismo impacto. *Brozo* logró generar una expectativa en radio porque ya había creado un producto en televisión, que significaba no por como hablaba, si no por lo que representaba, el payaso lumpen, de barrio perdido y que al haberse colocado en un gusto, un interés por parte de los destinatarios, al oírlo, sabíamos e

identificábamos a *Brozo*; que tiene su referente directo, que es el payaso y su voz. No oímos la voz de *Brozo*, vemos a *Brozo*".

**¿Qué signos son los que se pueden analizar en *Brozo* y un noticiero como *El Mañanero*, en radio?**

"Creo que rompió todos los géneros. En radio, era una construcción discursiva muy interesante la del *Mañanero*, porque no respondía a lo que es la estructura gramática de un noticiero convencional, es más, yo no lo hubiera catalogado como tal, si no más bien como una "revista". Pero el hecho de escuchar la voz de *Brozo*, ya es romper todos los cánones, entonces, al escucharlo en radio, lo que esperábamos es que rompiera cualquier cosa, con sus comentarios, con sus críticas, con su mordacidad, que evidentemente ahora, esa frescura del *Brozo* radiofónico se ha perdido mucho en la televisión. En radio, era un discurso muy heterodoxo simplemente por la voz, porque ésta, no te la imaginabas en un locutor normal, porque de tenerla, para empezar, nunca habría sido aceptado en el gremio y menos teniendo esa dicción y diciendo lo que decía este personaje, mofándose de todo lo que se presentaba.

"Cuando *Brozo* empezó en radio –prosigue el doctor Reséndiz-, era una dimensión verdaderamente caótica, pero muy interesante, porque construyó un nuevo discurso, que planteando todo aparentemente en desorden, en una anarquía, él tocaba puntos muy importantes sobre la realidad y entonces editorializaba. Lo importante de *Brozo*, es que era un articulista de opinión en radio, de los que no hay en México y pienso que por eso funcionó tan bien en el cuadrante; porque ya había muchos comentaristas, que eran aburridos, sosos, cuadrados...por ejemplo, con Gutiérrez Vivó ya sabías la estructura y *Brozo*, vino a poner una innovación radiofónica, porque planteaba una nueva forma de comentar las cosas; desde las cortinillas, la forma de meter los anuncios, de los genéricos del programa, y después, la forma de ir construyendo sus secciones, editorializar y comentar. Era un discurso espontáneo, anárquico, muy analítico, fuerte, novedoso y original, porque te obligaba a recrearte a ti una serie de ideas sobre la capacidad sonora de las voces de los locutores, teniendo *Brozo* la voz cantante".

**¿Cree que había en radio una identificación entre Brozo y su público?**

“Absolutamente. Yo digo que Brozo fue capaz de generar un proceso de comunicación muy interesante, porque la muestra es una, las llamadas constantes a la estación porque no se oía el noticiero o se escuchaba mal y era de todas partes de la República. Entonces, yo creo que lo pasaron a televisión, al canal 4, para focalizar al público de Brozo en el área metropolitana, porque el canal sólo es local, en cambio, en radio tenía una penetración mucho más impactante. Al sacarlo de radio y ofrecerle el espectáculo y el dinero de la televisión, lo dejan en el círculo de telespectadores que ya sabemos quiénes son, los de la zona centro, los más politizados, pero también los más cercanos para tenerlos a todos bajo control. Entonces, lo sacan de un nuevo espacio radiofónico que estaba creando, nuevos radioescuchas y un público más amplio a nivel nacional, porque era más peligroso en radio que en televisión”.

**El que hubiera una identificación, ¿era sinónimo de que quienes lo oían, eran igual que él?**

“No, para nada. Yo creo que había una identificación no porque fuéramos todos Brozos o medio Brozos, sino más bien, había una identificación, porque él sabía comentar las noticias de la forma en que nadie lo hacía y hablo en pasado, porque ahora lo hace mucho menos, porque aparentemente sigue igual, pero si hacemos un análisis del discurso en radio y televisión, nos daremos cuenta que el primero era mucho más mordaz, más profundo, más libre y en tele, se tiene que ceñir mucho a los cánones. Creo que se identificaba su público, porque finalmente en este país, todos llevamos algo de Brozo adentro, ¿no?, que es un poco romper la norma, las reglas, el mentar madres, el güeyear a medio mundo...él decía cosas que nosotros no queremos y no podríamos decir, porque no lo sabemos decir, no tenemos la gracia que él tiene para hacerlo. A él se le perdona, si yo digo lo mismo en radio, me meten a la cárcel”.

**¿Qué tan eficaz fue *Brozo* (el personaje y su lenguaje) en radio, para una óptima retención del mensaje en el público?**

“Pienso que desde el punto de vista purista del lenguaje, destrozó el lenguaje. A cualquier defensor del lenguaje puro, como los de la academia, le parecerá una insensatez que una gente como esa, haya hecho locución radiofónica (hoy televisiva), porque no está respondiendo al código formal de la lengua. Creó un código nuevo de mexicanismos de los que siempre hemos renegado y que poco a poco se empiezan a aceptar. Ahora, vemos que los medios de comunicación están rompiendo los viejos esquemas de esa cuadratura del lenguaje académico y hasta los impresos ya se están dando más libertad para manejar los mexicanismos, o lo que conocemos como malas palabras, lenguaje común que no se usaba antes. *Brozo*, viene a caer justo en el momento en que ese código se empieza a romper, porque la sociedad ya lo rompió, porque ya nos güeyamos todos en todas partes y a todo momento y las mentadas no son sino una forma más de saludar. Entonces, llega *Brozo* y se inscribe perfectamente en un contexto que ya se había generado desde el punto de vista lingüístico o sociolingüístico. Ya no estábamos oyendo un idioma extraño, un idiolecto; estábamos oyendo el lenguaje popular elevado a los medios y *Brozo* lo llevó al máximo...cosa que no hubiera podido hacer hace 20 años, lo hubieran satanizado y nunca hubiera podido tener acceso a los medios, no hubiera funcionado. Pero, como ya la generación de los 80-90 manejaba un lenguaje coloquial de manera menos procaz que lo manejábamos nosotros, perdieron connotación y fuerza las palabras, adquirieron otra dimensión, decirle “güey” o “pinche” a alguien, ya no era una ofensa, era una manera de señalar a alguien, hacer énfasis en ella y *Brozo* lo manejó de esa manera, y todo lo que acompañó a su discurso, fue romper esa formalidad que acompaña al sistema del lenguaje”.

***Brozo*, ¿es un personaje popular o cuál sería la mejor definición para él?**

“*Brozo* es un personaje urbano, de finales del siglo XX y comienzos del XXI, en la Ciudad de México. Es un típico personaje urbano, que se vuelve importante o significa mucho, porque va a hablarnos como la gente del pueblo de las zonas marginadas hablarían para nosotros. Lo que está pasando, es que *Brozo* logra legitimar al personaje urbano, chilango

ciento por ciento...es, digamos, el Cantinflas del siglo XX. ¿Por qué? Porque si bien Cantinflas era un payaso también en sus inicios, *Brozo* es un payaso que en el hecho mismo de su nombre, parodia al payaso Bozo, que era el personaje fresa, bonito para los niños, educado, muy tierno, muy consentidor y muy paternal. Simplemente Víctor Trujillo dirigió el concepto de *Brozo*, que tiene en el lenguaje mexicano una connotación de decir "lo más desarrapado de los desarrapados", o sea es el Bozo desarrapado, popular. Entonces, *Brozo* representa justamente al mexicano que no tiene acceso a los medios de comunicación en el imaginario, por eso la proyección: es el personaje de barrio que se eleva a lo más alto para ser la voz de todos nosotros".

#### **¿Qué considera que hizo *Brozo* con las noticias en radio?**

"Yo creo que tenía el problema de que editorializaba demasiado. Con las noticias, lo que hacía era transformar la noticia del lenguaje formal del acontecimiento a un lenguaje chacotero. La idea de él, era burlarse de todo, a veces lo lograba y a veces no; a veces compartíamos su punto de vista y otras no. Tan no se compartía, que al principio las mujeres no entendían al personaje de *Brozo* y las feministas fueron a hablar con él, porque había una misoginia muy importante del personaje, pero era parte de éste, porque como Víctor Trujillo diría: 'No nos hagamos güeyes, aquí en México todos somos misóginos', ¿no?"

#### **En su opinión, ¿*El Mañanero* y *Brozo* aportaban algo al auditorio, con la simpleza de lenguaje y el uso del doble sentido y la broma?**

"Creo que sí, porque vino a colmar esa necesidad del inconsciente colectivo del mexicano, chilango, urbano, popular, medio intelectual, medio proletariado; no porque lo haya querido, sino porque la crisis lo está proletarizando. Entonces, vino a ser nuestro alter ego inconsciente y que proyectamos hacia todo el país, vino a ser lo que nosotros no podemos, ni nos atreveríamos a hacer, ni a comentar, porque no somos Brozos y porque tenemos que cuidarnos, nuestro código social, nuestro código semiótico nos obliga a ser lo que somos

por nuestra profesión; pero *Brozo* si puede, porque ya se ganó un estatus en la comunicación”.

**¿Considera que *Brozo* es estético? ¿Entra en el ramo de la estética?**

“Si tú me hablas de una estética ortodoxa, no, porque él rompe todos los patrones. Yo pienso que *Brozo*, es una nueva poética popular, que siempre ha existido en México, se ha manifestado en diferentes maneras y el palangón anterior a *Brozo* para manifestar esa poética popular, fue Cantinflas y un poco los cómicos que primero se hicieron en el cine, Pañillo, Clavillazo, etc. *Brozo* sintetiza a todos ellos, tiene un poco de cada uno: el populacherismo de Resortes, el payasismo de Cantinflas, el dicharacherismo de Tintán, por ejemplo, y si tú ves al personaje de *Brozo*, con la crisis social que vive este país, no ha cambiado nada a la situación de los cómicos antes mencionados. Es el mismo sujeto que está ubicado en el mismo contexto socioeconómico, el de los jodidos, entonces, nos identificamos con él, porque nos reivindica”.

**¿A qué lleva tanta ironía y sinceridad de opinión?**

“Bueno, yo creo que en radio le funcionó muy bien y ahora en televisión, corre el riesgo de que se le agote la fórmula y evidentemente esto va a pasar, aunque él la va a seguir explotando hasta que la gente aguante. Si él tiene la inteligencia y la habilidad, y sabe convencer a quienes lo están promoviendo ahora, podrá hacer los ajustes correspondientes. Pero es una fórmula que por ser tan novedosa e impactante, pues así como subió, va a caer”.

**Entonces, ¿no es tan bueno el uso continuo de un lenguaje tan coloquial?**

“Mira, todos los discursos en los medios de comunicación se agotan, hasta el del Subcomandante Marcos. Es decir, todo aquel que cae en la trampa de los medios, tiene una durabilidad que depende de lo que al auditorio le guste, pero cuando la gente lo deje de escuchar o ver, lo quitan porque la tele y la radio son negocios, y *Brozo*, es un producto mediático”.

**¿Considera que Brozo es un líder de opinión?**

“Absolutamente. Se convirtió en un líder de opinión, porque logró captar la atención del auditorio, quien confió en él y por eso lo sintonizaban en radio”.

**Sin embargo, ¿usted no lo consideraría sobre otros comunicadores?**

“Es igual. Él es un líder de opinión comunicador como cualquier otro, nada más que es distinto en la medida de la personalidad que está construyendo...cómo se fue constituyendo y posicionando en el gusto de cierto auditorio; o sea, Gutiérrez Vivó es la antípoda de Brozo, ¿no? Entonces, creo que Brozo es igual a todos los demás, nada más que es un personaje muy particular para hacer comentarios y dar las noticias...tiene una personalidad y un lenguaje muy sui géneris, que es lo que le da razón de existir”.

**Entonces, ¿sí se le podría tomar como punto de referencia?**

“Creo que la poca formalidad y la poca ortodoxia de su discurso, a mí me impediría decir ‘es que Brozo comentó tal cosa’, es un referente implícito de las noticias, de los hechos, no es un referente explícito. Creo que ningún investigador o periodista diría ‘Brozo comentó esta mañana que...’, a lo mejor logra crearlo, pero todavía no. Si yo digo, ‘Gutiérrez Vivó anunció esta mañana que...’, la gente no lo ve a mal, mi auditorio no lo va a ver mal, en la clase, en el seminario de maestría o en alguna conferencia; pero si yo digo, ‘es que Brozo...’, todos se van a reír de mí, en primera, porque digo su nombre y en segundo, porque lo cito, o sea, es un referente, pero no es uno formal para citarlo tal cual”. (34)

Con lo anterior, se hace notar que la novedad noticiosa de Brozo en radio, tal vez no haya sido el mejor ejemplo de un informativo, pero aportó un nuevo código lingüístico, caracterizado por el uso de mexicanismos o malas palabras, que antes eran censuradas en los medios de comunicación. El problema de tanta libertad de expresión, fue que al

(34) Entrevista realizada por la autora de esta Tesis, el 30 de octubre del 2003

centrarse tanto en la broma, el sentido de la crítica informativa y analítica llegó a perderse, al grado que la gente se centraba más en seguir con el albur y la chacota, que en verdad saber el trasfondo de la noticia. Además, qué seriedad tendría hacerle caso a un payaso, que hasta de su propia madre se mofaba. Las repercusiones de tal o cual acción del gobierno, sobre la vida social, económica y política de los mexicanos, quedaban en segundo plano, ante la explotación del humorismo y sarcasmo mexicano.

*Brozo*, con su *Mañanero*, fue más bien un distractor matutino, que tal vez sirviera para hilar alguna plática, pero nada más. Los referentes, estarían siempre en otros espacios noticiosos más formales, incluso para la misma población de nivel bajo o medio bajo, para la cual estaba dirigido el programa del Payaso Tenebroso. Aquí, el edicto era decir la “realidad” de las cosas desde el punto de vista del humor, captar la atención de la gente y despertar el ingenio y el morbo de la misma, para ver hasta dónde llegaban las declaraciones de un personaje, creado con lo más bajo de la sociedad y que, a diferencia de otros, él tenía el poder de decir sus verdades, para el que las quisiera escuchar y sin compromiso de nada, más que de mantener un rating en radio y seguir provocando risas y controversia entre quienes lo oyeran.

“Puede ser que con la chacota, se parodie, se haga crítica, pero tal vez no tiene el efecto, para que agarren a un corrupto, como los hay cientos, y lo metan a la cárcel. Siento que llega un momento en que sí se va más por el lado de la comedia y pierde el objetivo, además de considerar, algo con lo que no estoy de acuerdo, que es un programa de seis horas, lo que no puede ser. Tal vez, si lo hicieran de una hora u hora y media, entonces sí esa chacota tendría más efecto”, señaló también en entrevista, el profesor Luis Fonseca.

Y continúa, “igualmente, bajo el engaño de que no es serio lo que se dice y de que se está chacoteando o parodiando, se puede también no decir o hacer nada”.

**¿Qué tan eficaz ha sido *Brozo* y su lenguaje para una óptima retención del mensaje por parte del público?**

“Bueno. Siempre la comedia...es como en la novela del “Nombre de la Rosa”, de Umberto Eco, un semiólogo y estudioso del lenguaje, de la comunicación de los signos; que plasma en esta obra, el temor de la Iglesia, de la ortodoxia del poder, de que el libro de la Comedia de Aristóteles, que de hecho nunca se escribió, enseñara a las personas a burlarse de los dogmas. Entonces, por eso era un libro prohibido, era afirmar, que si tú podías hacer reír a la gente, era una forma de desbaratar la autoridad del que está arriba. En este sentido, sería rescatable lo de *Brozo*, pero volvemos a lo mismo, también se pierde en una serie de frivolidades”.

**El usar el lenguaje del pueblo, ¿lo hace popular o es una simple estrategia para atraer más gente?**

“Chance y ya estando en Televisa, se convirtió en un estereotipo y en un gancho para atraer más público. Cuando empezó en Imevisión y después pasó a la radio, *Brozo* era como esos cómicos de las carpas, Palillo, Clavillazo, etc., era más popular y llamaba mucho a la gente. Ahora, ya se estancó y su lenguaje ya está volviéndose banal, la fuerza que pudiera haber tenido en un principio, se va perdiendo; sobre todo porque ahora ya todo mundo, en tele, sobre todo, habla igual y sin necesidad de llevar un disfraz. Por eso decía Helderlig, un poeta del romanticismo alemán, del siglo XVIII, “se le ha dado al ser humano, el más peligroso de los bienes, ¿cuál? El lenguaje”, porque con este, puedes desvelar la verdad, pero también encubrirla. Entonces, a lo mejor, el mismo *Brozo* sin darse cuenta, ya está envuelto en una maraña que lo está haciendo perder efecto”.

**Entonces, ¿el lenguaje ya no basta, ni el personaje?**

“Ya no. Como que la industria cultural, la mercadotecnia, cuando sale un producto nuevo, alternativo, que ataca, que se mueve y desestructura algunos sistemas, luego luego lo absorbe para que no tenga impacto, aunque de la apariencia de sí hacerlo”.

**¿Qué cree que ha hecho eficaz el trabajo de *Brozo*?**

“El romper con la seriedad. Yo muchas veces he comentado con los alumnos, que aunque no pongas el canal, no veas a López - Dóriga, a Javier Alatorre o incluso a Ciro Gómez Leyva, de Canal 40, es una seriedad al dar las noticias, que abrumba. Entonces, por lo menos, al ver a *Brozo* echando desmadre, eso ya es más rico, por lo menos al principio”.

**¿Qué considera que hace *Brozo* con las noticias?**

“Pues sí hay un análisis, inclusive crítico, pero que cada vez es menos, debido al aspecto tan comercial al que ahora está sujeto”.

**¿Qué es lo que aporta al público en un noticiero por radio?**

“Puede ser, sacudir un poco la conciencia de las personas y hacerlas reír, sobre todo en estos tiempos, cuando la vida en el país está de la patada. Es como beberse unas copas de alcohol, pasarla bien mientras dura y después, sufrir la resaca, que es peor”.

**¿*Brozo*, cabe en una estética del lenguaje?**

“Sí, porque dentro de lo que son los noticieros, rompe con el lenguaje serio y formal, es más holgado y desenfadado. Es como cuando la literatura se hizo lenguaje de la onda, como José Agustín, que en lugar de escribir con solemnidad, de repente lo hace sin poner comas, puntos....como cuando uno está hablando. Entonces, en ese sentido, sí habría una estética, pero con el riesgo de estereotiparse, que eso que fue en un momento dado una innovación, comience ya a estancarse y caer en un círculo vicioso. Pero, por el lado de las noticias, sí había una estética, porque en la comedia, ya está implícita”.

**¿A qué lleva tanta ironía y sinceridad de opinión en *Brozo*?**

“A tratar de llegar a un público más amplio, no a gente especializada. A las figuras políticas hay que estarlas ironizando, es una forma de atacarlas y no por molestar, sino porque en verdad lo merecen, pues como dirían los moneros, ‘es que no se sabe si los políticos son

verdaderos comediantes o sólo se hacen', la ironía es un arma muy fuerte y como *Brozo* no está tan intelectualizado, entonces su cobertura es más amplia, es más espontáneo".

### **¿Cómo definiría el lenguaje de *Brozo*?**

"De ironía, de comedia, de chacota....una lenguaje de barriada y muy mexicano, sobre todo en el sentido del machismo, de la figura que él asume ante las mujeres, a las que se refiere como 'viejas', ¿no?"

### **Pero entonces, ¿no aporta nada nuevo en cuando al lenguaje?**

"No. Más bien, yo creo que la única innovación que hizo, fue haberlo hecho en los noticieros, y con reservas, porque ya otros lo habían probado antes. Tal vez *Brozo* lo amplió más todavía, poniendo un personaje burlón, una deformación del payaso Bozo, el payaso de los niños".

### **Aquí, como *Brozo* ya se conocía antes en tele, ¿se puede decir que la imagen superó al lenguaje?**

"Más bien se complementó". (35)

Así que, *Brozo* no descubrió el hilo negro de la comunicación y más bien, fue su osadía de no restringir su lenguaje y opiniones, lo que lo hizo famoso, tanto en televisión, como en radio. Sin embargo, las fórmulas que en un principio resultan una mina de oro, con el tiempo van desgastándose y en este caso, por más informado que esté el payaso mañanero, su discurso va poco a poco viciándose, se vuelve predecible y el encanto va decayendo, sobre todo, si el peso completo del programa y el ingenio humorístico y crítico, radica en una sola persona, que tiene colaboradores (en radio eran tres: Espectáculos, Internacionales y Deportes), pero no alguien a su altura, que le de réplica y que compita con él, por hacer

(35) Entrevista realizada por la autora de esta Tesis, el 4 de noviembre del 2003

un análisis a fondo de las cosas, pero sin perder el sentido del programa, que a final de cuentas, era divertir sin aburrir.

Las personas entendieron lo que se les quería comunicar y le entraron al juego del estira y afloja noticioso-chacotero. Se dio un efecto de comunicación circular, de contacto directo con el auditorio, pero con vigencia de un día, para el siguiente, prepararse para la nueva chacota. El soporte del *Mañanero*, fue la fama televisiva de Brozo, su humor característico y una perfecta explotación del lenguaje coloquial mexicano, a diferencia por ejemplo de Héctor Lechuga, en su programa radial de *Ensalada de Lechuga*, donde no experimentaba, sino que estaba rodeado de verdaderos profesionales de la comunicación (Aldo Fernández, Mauricio Hernández, Tacho, Ángel Fernández y el guión de Marco Antonio Flota); que le daban réplica a la hora de sus entrevistas a gobernadores, funcionarios y gente del espectáculo. Aquí, aunque se hacía una sátira política, los invitados sí asistían al programa, a diferencia de lo sucedido con *Brozo* y *El Mañanero*, donde los invitados no iban, poniendo en duda la seriedad del espacio, debido al tipo de titular que tenía, además de que, como era en radio, la censura y buen trato hacia el entrevistado, estaban entre comillas.

## 2.2 La idea creativa

“¿Por qué no estar un poco amables con la información y chacotear?”, se preguntó alguna vez Víctor Trujillo, o más bien, el edicto será: informar chacoteando sin que parezca cotorrear la noticia o partirle el queso a un noticiario. Un noticiario donde todo mundo chacoteaba y donde toda la información sí fuera veraz. Con esta convicción de hacer de la transmisión de noticias por radio algo más ameno, con diversión, dio inicio la planeación de un noticiario chacotero donde se abordarían las mismas noticias que los demás noticieros en el cuadrante, pero con la diferencia de que en éste, el material base sería vistó con el otro cristal: el de la comedia.

De esta forma, el actor Víctor Trujillo ideó el informativo *El Mañanero* cuyo antecedente fue el programa de revista, también por radio “El Arrimón”, donde Víctor Trujillo, presentaba a sus personajes más famosos como la Beba Galván, Estetoscopio, El Charro Amarillo y por supuesto *Brozo*, que comentaban temas en general, siendo el *Payaso Tenebraso*, el conductor del mismo programa.

Pero, ¿de dónde sale este peculiar actor y cómo llegó, gracias a un personaje, a convertirse en el punto de referencia chacotero para muchos mexicanos?

Alguna vez, Trujillo intentó estudiar la carrera de Arte Dramático en Bellas Artes, sin embargo, al no adaptarse al ambiente y a la disciplina escolar, optó por desertar del aula. Era la época en la que Víctor deseaba ser actor, pero no comediante. Sin embargo hacer reír estaba en su destino y su encuentro con el humor se dio de manera fortuita.

El primer paso que dio antes de penetrar en el medio artístico, fue la radio al trabajar como locutor en la XEB (1220 AM, La B Grande de México), Radio RED y Radio 620. Luego de una incansable búsqueda, la oportunidad que esperaba la encontró en el teatro. Comenzaba a escribirse la historia de Víctor, actor de innatas cualidades que en los últimos años ha tenido, primero en radio y ahora en televisión, el cauce idóneo para su ingenio. (36)

Siempre en busca de un escaparate para su talento, en 1994 Víctor Trujillo encontró en la radio otra opción para sus fines y junto con su personaje de *Brozo*, decide hacer un noticiero, sobre el cual, señaló que se decidió a hacerlo, “ porque nos dimos cuenta que por las mañanas, a partir de las seis o siete hay muchos noticiarios, y de alguna manera la idea de esto es desolemnizar la idea del noticiario. Crear un espacio donde exista la misma

(36) GARCÍA Carrillo, Sandra Luz. “La Beba Galván: rehén de la lujuria”, Sec. Espectáculos en El Nacional, p. 37

información que en cualquier otro noticiero, pero tratado desde el punto de vista de la chacota. El experimento es que creo que en México, el humor da veracidad.

“A las noticias –prosigue-, les veremos el lado positivo y de humor, pero también comentaremos asuntos que son de interés general, de los que todo el mundo habla y son secretos a voces como eso de los parquímetros, o las pugnas del PRI, pero sin dejar de lado la objetividad”. (37)

Y para ampliar aún más el tema, se realizó una entrevista al creador de este concepto noticioso, el señor Víctor Trujillo, que en esta *primera parte*, habla sobre las razones que lo llevaron a concebir, *El Mañanero*; el papel de su personaje *Brozo*, como conductor del mismo, y de cómo, a través del humor, logró más lucidez que otros. También, se le cuestionó acerca del contenido de sus comentarios, con los cuales, aunque él mismo dijera, no pretender ser objetivo, dichas opiniones tenían efecto en la gente que lo escuchaba y de ella misma se retroalimentaba, para continuar el ritmo de su noticiero. De igual forma, aunque se decía un personaje sin educación y por lo tanto, sin compromiso con nadie, se podrá apreciar cómo no era tan altanero como decía, ya que respetaba los límites de la empresa para la que trabajaba, la cual, aunque hiciera responsable de todo lo que dijera al propio *Brozo*, tenía una imagen y relaciones más allá de una cabina de radio que cuidar.

### **¿Ya había trabajado antes en radio?**

“Empecé en la radio, así que es un medio que se me hace muy familiar, donde me siento muy agusto y donde más hemos podido experimentar”.

### **Entonces ¿esto ayudó para el óptimo desarrollo del programa, no?**

“Fíjate que sí tiene mucho que ver, porque además en la época en que yo empecé, parte de

(37) “El Mañanero. Entrevista con Víctor Trujillo”, en El Nacional. México, DF 28 noviembre 1994 p. 14

la escuela tenía que ser la radio y en efecto es una gran escuela y siempre me quedé con las ganas de regresar y lo hice”.

**¿Y en qué se inspiró para hacer un noticiero de este tipo?**

“En hacer un juego de riesgo y de catarsis. Queríamos hacer algo que nos llevara a otro plano y coincidió que la radio estaba girando con gran velocidad hacia la pluralidad y hacia el otro tratamiento de las notas, y por experiencia sabíamos que el humor es un gran vehículo, no solamente para hacer reír, sino para informar. Entonces, en ese tiempo, hace cuatro años y feria, todos los medios estaban manejando, si bien con más apertura, no dejaban de ser solemnes y lo solemne aleja, a algunos los hace lucir o se lucen con ello, pero no la mayoría y queríamos hacer esa fórmula, la de la información sin lo solemne”.

**¿Cuál fue la idea inicial de *El Mañanero*, cuando participaban personajes como “La Beba Galván”, el “Charro Amarillo”, “Estetoscopio Méndez”, entre otros?**

“Fíjate, que Acir creía en la idea de un servidor, pero ellos más bien tenían la idea de una revista, porque no se imaginaban que un formato de comedia pudiera tener uno de noticiero, generalmente los noticieros son institucionales y son también las armas políticas y económicas de las empresas de medios. Entonces, empezamos como revista y finalmente lo que pasó es que se fue armando el formato que la gente aceptaba, que era el de noticiero con gente distinta o con personajes”.

**Y cada uno de estos personajes ¿qué papel iba a jugar dentro del noticiero?**

“Mira, en el noticiero realmente no tenían un juego real, no cabían y en la revista sí. En el noticiero cabía *Brozo*, los demás no, porque no podían generar opinión tan fácil como sí lo puede hacer él”.

**Cuando vi el desplegado para anunciar el lanzamiento del programa, decían que la Beba iba a dar sociales, Brozo policiaco y..**

“Claro –interrumpe-, entonces lo planteábamos como una revista, pero no puedes desgastarte tanto como para darle foco a dos o tres, tiene que ser uno que originalmente es la columna y la plataforma del lanzamiento o del diseño del noticiero ¿no? Porque si no, era como meter dos programas en uno, porque la Beba es totalmente otra cosa”.

**Después de tener a tantos personajes, se decidió por Brozo. ¿Por qué a lo mejor era el más exitoso en ese momento o tenía ciertas características que ayudarían al desarrollo del programa?**

“Sí, su tesitura se presta mucho. Puede estar en todos lados, puede conocer a todo el mundo y sobre todo algo muy importante para un noticiero, Brozo no puede tener compromisos, la Beba sí, todo el gabinete lo conoce ¿no? y le debe, entonces es más difícil. En cambio, Brozo no conoce a nadie, nadie le ofrece nada y no busca nada de nadie, entonces es más fácil manejarlo”.

**¿Cómo se prepara usted y por consiguiente el personaje de Brozo, para realizar el programa?**

“Estudiando. El humor tiene condiciones y hablando de noticias o de eventos diarios, tienes que tratar de dominar los temas para poder jugar con ellos, de otra manera te quedas en lo chistoso, tratar de buscar una broma fácil para salir del tema, cumplir con la risa de dos o tres, pero si abordar realmente un tema y sin bordarlo. No es de lo que opines, para no acabar en eso, en tus opiniones personales, sino en un planteamiento más justo, tratando de apostarle a la verdad, sin acelerarlo, sin tener la pretensión, pero hacerlo con una carga de conciencia, que a lo mejor un porcentaje, a veces más grande o más pequeño siente, no en tú opinión, ni en lo que se trate, sino en el origen de eso. Creo que eso es lo divertido, de otra manera acabaríamos poniéndole apodos a los políticos”.

**Entonces, por no tener compromisos con nadie, ¿se podría decir que Brozo cotorrea cualquier tipo de noticia?**

“Sí, salvo... bueno entendiendo por cotorrear el hablar de ella, sí, incluso hasta la misma muerte la tratamos de sacar de su velo, a veces no se puede porque sí lastimas mucho y es fácil que pase eso. Si hablas de religión, de la fe, de la desgracia, a lo mejor no te pones solemne, pero no payaseas”.

**Esto quiere decir que se bajan al nivel del pueblo o le dan a este pos su lado ¿no?**

“No, mira. Por ejemplo, un tema delicado era el Papa, a la gente le llega mucho, es muy sensible en ese aspecto y no obstante que quise ser cauto, lastimé, pero también debo dejar el precedente de que no fui solemne, de que tenía que ser así, aunque yo siento que me medí bastante”.

**Lo que puede entenderse, ¿es que el personaje varía su forma de ser de acuerdo a lo que se dice?**

“No, no varía su forma... no varía su contenido. Sí puede variar formas, porque detrás de Brozo hay mucha gente y lo que interesa es que la gente siga reuniéndose con nosotros para seguir hablando de estas cosas, no que se vaya. Con la religión, con el Papa o con la muerte pasa mucho lo que pasa en la familia, "sólo yo insulto a mi familia, no tú. Si son unos rateros, si son esto o lo otro, pero sólo yo se los puedo decir ó señor no le pegue a su esposa y la señora dice: es mi esposo y me puede pegar, usted qué se mete", entonces es un poco esa relación. Antes era un mito el Presidente, ahora ya no lo es, el ejército era un mito y ya no lo es, con la Iglesia tendrá que pasar lo mismo, aunque todavía es un mito. Entonces, tratas de no herir y dejar en claro que el tema es chacoteable, o sea, que sí hay por donde y que si no lo vas a hacer es por un detalle con la gente que te escucha”.

**¿Usted consideraría que *Brozo* es reflejo de la sociedad mexicana o de algún sector en especial? Al hacerlo me imagino que pensaron en algún prototipo ¿no?**

“Fijate que fue al revés, porque *Brozo* ha sido un cuate que ha ido creciendo con los años, precisamente porque no íbamos buscando el prototipo o estereotipo, sino un reflejo de la desesperación, del caos, pero también un reflejo del ingenio y de los recursos, o sea, finalmente pase lo que pase, el mexicano va a sobrevivir y éste es un sobreviviente”.

**¿Sería como sacar esa parte del mexicano que a veces ocultamos?**

“Es como un personaje hecho de adrenalina mexicana, pase lo que pase sale ¿no? y no se dobla y es un orgulloso, muy vicioso también, muy misógino, es muy leal y traiciona, o sea, es el mexicano a flor de piel y tiene un noticiero, porque todos los demás que tienen uno son igual de payasos, nada más que te tratan bien diferente”.

**¿Están disfrazados, no?**

“Sí, de solemnes”.

**¿Se consideraría un líder de opinión, por dar las noticias con prontitud, exactitud y veracidad?**

“Creo que sí nos ha tocado ser los afortunados de los esfuerzos de mucha gente, de actores, comunicadores, periodistas de verdad, de gente muy comprometida y que de alguna manera a nosotros nos toca la parte de la historia en donde podemos hacer las cosas, o sea, yo creo que por ejemplo, todo el que se dedica a esto, tiene que ser un líder de opinión, pero el que en verdad se dedica a esto, porque generalmente lo que usan son lectores de noticias, entonces la opinión está en otro lado, no en ellos. Hacer opinión, pero también hacer llevadera la información e invitar a la gente a que se de cuenta de que la información es poder, ahorita los bonos del poder son información y ésta no necesariamente tiene que ser aburrida, puede ser muy divertida como lo puede ser la historia, la economía o incluso la administración lo puede ser. Entonces, más que líder de opinión me gusta ser un vehículo noble, ya sea de la información, de la diversión, de la morbosidad o del pueblo, pero ser un

vehículo noble entre lo que generalmente no se toca, entre lo que es opuesto, eso me gusta ser”.

**¿Cuál ha sido la respuesta de la gente a esta nueva propuesta en radio, como lo es *El Mañanero*?**

“¡Padrísima! Mira, es muy hermoso, a pesar de todo lo que implica, porque hay algunos desgastes ahí importantes, no deja de ser muy emocionante hacerlo y la gente responde siempre muy bien y cada vez más jóvenes, muchos”.

**¿Incluso niños, no?**

“Sí hasta niños. Siempre hay un mensaje para todo el mundo, siempre hay algo que decir, para el niño, la señora, para el que anda mal de amores, para el desesperado de dinero, para el drogadicto, para... todo se puede, pero no puedes hacer de todo esto una misa, hay que hacer una fiesta”.

**¿Y su experiencia con los jóvenes, ha sido buena?**

“Fíjate que aunque uno ni lo pretenda, tiene uno que estarse actualizando y aunque tú crees que tienes el pulso y aunque crees que eres el centro, mientras más jóvenes empieza a haber, menos centro eres y los jóvenes como son tan jóvenes, no saben agarrar el centro. Entonces puede ser una combinación muy buena, yo conozco lo que es el centro y lo he padecido también y ¡todos ustedes van para allá!, unos con más fuerza, con más inteligencia, más audacia o más astucia, pero todos van para allá, entonces puedes trabajar muy padre con los jóvenes, hasta que ya no te toque estar en el centro”.

**Pero ¿lo hacen parte de ellos, no?**

“Afortunadamente sí, a lo mejor porque la propuesta es incluyente, no es: “yo hago este numerito para ustedes”, sino “este numerito *no* está sin ustedes”, porque si no, de qué sirve

que salga un idiota en la mañana hablando lo que él cree, pues no, más bien lo que corre por aquí, por allá, lo que se dice en un sector, lo que se maneja como un rumor en otros, lo que es inercia, tendencia, todo eso a los jóvenes”.

**Y ellos cuando se acercan a ustedes ¿qué les dicen, qué les aportan o les reclaman algo?**

“Quieren oír la experiencia de alguien que les cae bien, de alguien que no es lejano, o sea, alguien que no les diga: "hay pues no se, tienen que verlo con mi asistente y arreglar con él la entrevista", o cosas así que a los jóvenes desespera y decepciona. Entonces, los jóvenes tienen el derecho de saber que las cosas pueden ser de otra forma, a pesar de que ahora se les presenta un horizonte muy molesto, pero también, es cierto que ahora están mejor preparados de lo que pudieron haber estado los jóvenes de hace 20 años”.

**Aunque esos jóvenes son los que tienen la experiencia ¿no?**

“Sí, esos jóvenes son los que ahora tienen el colmillo, pero ustedes tienen más iniciativa, más conocimiento y están templados a un ritmo más salvaje del mundo y lo toman como algo normal. Por esto, es que uno tiene que girar a su mismo ritmo, porque si no, no tienes nada que ver en sus vidas”.

**¿Y ellos han influido para el desarrollo de su personaje?**

“Yo creo que todos los giros que ha dado *Brozo* han sido por ellos, porque cuando tú empiezas un personaje no sabes a qué te va a llevar, pero cuando cumple un ciclo te tienes que preguntar: "¿y ahora a dónde va? Por qué, porque se acabó la época en que se contaban cuentos y habías establecido que la realidad era más dura que la fantasía, okey ya está esa premisa, ¿y ahora? Ya pasamos por todos los cuentos clásicos, por el teatro del mismo tipo, el español, el inglés, los Grimm, todo ya está, ¿y? Bueno, a qué le vamos a apostar, a la *información*, siempre a ella, es como papás o gente de nuestra edad que no le llega la computadora, y ¿qué pasa? Pues simplemente que ¡ya no estás!, igual, si no tienes e-mail”.

**¿Modifican de cierta forma la información para transmitirla? Es decir, ¿la adecuan según el tipo de público al que van dirigidos?**

“Nada más ponerla comprensible, vamos a ver cómo podemos explicar el Fobaproa, sin que por eso la gente diga: “¡cámbiale!”. Es decir, buscamos la forma de decir que se trata de algo muy importante, que habla de un fraude y de un desorden económico, sin que aburra. Por eso te decía yo de la necesidad de dominar muy bien un tema para poderlo masticar bien, para no deformarlo y no obstante, hacerlo atractivo y no estar como en un programa financiero. Entonces te puedes meter en cada uno de los engranes y hacer esta explicación de muy general, a una muy particular”, aseveró en esta primera parte de la entrevista, Víctor Trujillo. (38)

### **2.3 La Producción**

“Sean bienvenidos al mundo de la información y la chacota con política, finanzas, deportes, cultura, enfermedades ocultas...  
¡Todo lo que usted desea saber, lo encontrará aquí...en ¡El Mañanero!

“Queda con ustedes su anfitrión: Víctor Trujillo”.

De esta forma, daba inicio el llamado noticiero chacotero, conducido por *Brozo*, que como parte de sus cortinillas, tenía textos en voz del propio Trujillo, como: “Ramses y Nefertiti, se echaban el mañanero detrás de las pirámides. ¡Corra a Teotihuacan y échesele...échesele”.

Cuando *El Mañanero*, se transmitía por La Comadre (1180 AM), el horario era de 7 a 9 de la mañana, de lunes a viernes y tiempo después, aumentó una hora más y pasó al 1260 AM, Radio Acir (al pasar a televisión, primero en Canal 40, el horario del noticiero, era de 7 a 10 de la mañana. Simultáneamente, seguía transmitiéndose por radio, en donde comenzaba y terminaba una hora antes (6 a 9 am). Ahora en Televisa, el horario es de 5:57 a 10 am.

(38) Entrevista realizada por la autora de esta Tesis, en febrero de 1999.

*El Mañanero*, era transmitido a nivel nacional, a través de las ondas de Radio Acir. En este programa, nada estaba marcado, todos los comentarios eran improvisados, no había línea, aunque se respetaban las garantías individuales de terceros y lo único establecido, eran las noticias, sacadas de los principales diarios capitalinos, el internet, uno que otro comunicado oficial y por supuesto, los comentarios del auditorio.

#### **a) NECESIDADES DE PRODUCCION**

Contrario a lo que se pudiera creer, las herramientas para realizar un noticiero como *El Mañanero*, eran mínimas, en comparación a otros noticieros más formales, donde la improvisación era nula y todo estaba debidamente medido y cronometrado.

En este noticiero chacotero, de acuerdo a lo declarado durante la entrevista realizada a Francisco Juárez, Jefe de Producción de este informativo, “lo que se necesita para hacerlo rendir, depende del medio en el que se esté transmitiendo”.

#### **Entonces en radio, que fue su primera etapa, ¿de qué se hacía uso?**

“Los periódicos eran indispensables, necesitándose dos juegos de cada uno de estos, además de una conexión a internet. Cabe destacar, que también la información proveniente del Departamento de Noticias de Radio Acir, era de bastante ayuda, aunada a las entrevistas en vivo que se hacían durante el programa”.

#### **¿Y en CNI Canal 40, su segunda etapa?**

“Ahí, los diarios capitalinos seguían siendo indispensables, pero ahora su número aumentaba a tres juegos de cada uno, además de dos computadoras con internet, así como de información llegada de la redacción de CNI en línea. En lo que se refiere al material en vídeo, era proporcionado por CNI Noticias y por agencias como Reuters, AP, junto con Cepropie”.

**Finalmente en Televisa, su etapa actual, ¿cuáles son sus herramientas de trabajo?**

“Aquí es un hecho que las condiciones de trabajo han mejorado totalmente, por lo cual, ahora se necesitan cuatro juegos de periódicos, cinco computadoras, una labtop de edición, un equipo de grabación con un camarógrafo, tiempos de edición y transfer. Acceso a la información y equipo de Noticieros Televisa, incluyendo helicóptero, motocicletas, agencias y al sistema interno de cables Inewsen, entre otros muchos recursos de los que a partir del 1° de enero pasado, Brozo y su equipo actualmente utilizan”.

**Ahora, sobre la importancia de las secciones, comencemos por las noticias. ¿Cómo se jerarquizan estas en el programa de radio?**

“Bueno, primero, estaban las Nacionales, es decir, las notas generadas en el Distrito Federal, ocupaban un buen porcentaje en el contenido informativo del programa, ya que el DF es la sede de los poderes, amén de la tradición centralizadora que existe. Sin embargo, las noticias surgidas en el interior del país, también eran tomadas en cuenta, pero en este caso, sólo las de mayor relevancia. Después, venían las Internacionales, siempre presentes en el programa ya sea con un colaborador que en teoría, viajaba por todo el mundo reportando o a través de una sección a cargo de una persona en especial.

“Las notas deportivas –continúa explicando-, eran fundamentales, sobre todo teniendo en cuenta la tradición “pambolera” de nuestro país, aunque también el resto de los deportes, eran considerados. También estaba la llamada Nota Roja, que aunque siempre se trataba de evitar, sólo cuando por las circunstancias la nota tenía toques de rareza o sarcasmo, se sacaba al aire. Y finalmente, teníamos las notas de Cultura y Espectáculos, parte fundamental del contenido mañanero Aunque, para fortuna de todos (sic), casi siempre se traían a colación los gustos tanto de la producción como del elenco”.

### **¿Los comentarios a la noticia, quién los hacía?**

“Principalmente los hacía Brozo y constituían la base del programa, pues en ellos, radicaba el atractivo del mismo. Aquí, es cuando se hacía notar la ausencia de línea, la magnitud o insignificancia de los hechos, el error o el acierto del gobierno y por supuesto, la burla sarcástica y directa, a los hechos, que aquí, se decían tal como son. Incluso, tan buenos llegaron a ser algunos comentarios, que el trato de una nota, se llegó a extender hasta por 30 minutos. Sobre la editorial, esta se hacía presente en casi todas las notas y obviamente corría a cargo del titular del programa, quien daba su muy peculiar punto de vista, sobre el tema principal del día”.

### **¿Y las entrevistas?**

“Las que se llegaron a realizar, tuvieron un lugar muy especial dentro del programa, por la importancia del invitado y el talento periodístico del propio Brozo, para hacer aún más atractiva la plática, sobresaliendo la improvisación y dejando a un lado la dependencia informativa hacia el entrevistado”.

### **¿Qué hay de los reporteros y los colaboradores?**

“En realidad, el equipo reporteril, siempre fue muy poco, tal vez porque el noticiero no recurría mucho al enlace remoto, pero cuando este se efectuaba, por lo regular se hacía de manera muy breve. Mientras que los colaboradores, sí tenían presencia en el programa, pero siempre dándole un lugar primordial al titular, y sólo había tres: Alfredo Ruíz, Deportes; Ramón Basset, Espectáculos y Raúl Aldana, Internacionales”.

### **¿De la participación ciudadana, qué me puedes decir?**

“Esta –señala Juárez- siempre fue vital, a tal grado, que muchas personas llegaron a estar en contacto personal con la producción y con todos los conductores. Por lo regular, el contacto con el público era indirecto, a través de llamadas telefónicas, faxes o mails, que se sacan al aire, durante segmentos especiales del noticiero, donde dichos comentarios eran leídos y comentados”.

**Y sobre la publicidad en radio, que ahora en tele ha crecido mucho en el noticiero, ¿qué hay?**

“Es primordial para cualquier programa, pero en *El Mañanero*, llegó a convertirse en parte del juego, ya que, cuando se realizaban las menciones de los patrocinadores por parte de la mesa de conductores, se le ponía sabor y comicidad al producto. Ahora en televisión, es tan dinámica esta sesión, que se ha dado el caso de que un anuncio pagado por 30 segundos, llega a ser hasta de cinco o más minutos, dependiendo hasta donde haya tema para la chacota”. (39)

Al respecto, el mismo Víctor Trujillo, en una entrevista publicada en la página web [www.canal100.com.mx](http://www.canal100.com.mx), señala parte del proceso de producción:

“Desde que entré a Imevisión (en los 80), pude vislumbrar que vivimos en un tiempo en el que se pueden hacer otras cosas, y yo no quiero renunciar a esa sensación. Yo tengo que estar estudiando todo el tiempo para mantenerme en forma, porque mientras más acervo tenga, más comedia puede desarrollar *Brozo*.”

“A mí me encanta estar en la mesa de noticias todos los días. Ahí se dan debates, lucha de ideas, análisis y toma de decisiones. Esa mesa es muy divertida, en ella nos vamos dando cuenta cuál es la nota que va a prevalecer y cuál no, cómo crear inercias, como fundamentar, cómo ver las cosas desde otros puntos de vista. Yo gozo esa mesa, porque hoy ya no se ve todo desde un mismo punto de vista.”

“En *El Mañanero* armamos la dinámica a las 4 de la mañana y salimos al aire a las 6 de la mañana. Siempre le damos prioridad a lo que creemos que es importante explicar, más que a las grandes noticias” (40), indicó.

(39) Entrevista realizada por la autora de esta Tesis, en los meses de noviembre y diciembre del 2002

(40) FERNÁNDEZ, José Antonio. “Decidí irme a Televisa porque coincidí con su nuevo rumbo de hacer televisión”, en [www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/](http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/)

## **2.4 El Mañanero a cinco años de su aparición en el cuadrante radiofónico (1994-1999)**

### **2.4.1 LOGROS Y PERSPECTIVAS**

Fueron muchos logros, pero sobre cualquier otro, obtener la credibilidad del público, que convirtió a este noticiero en uno de sus preferidos y colocó a *Brozo*, como uno de los conductores más importantes de ese momento...aunque muchos pusieran el “grito en el cielo”, al comprobar que un payaso, podía competir en credibilidad con otros periodistas ya consagrados.

En esta *segunda y última parte* de la entrevista realizada a Víctor Trujillo, el actor habla sobre lo que para él representaba su noticiero chacotero en radio, su papel como informador de la gente y el papel de *El Mañanero* en la historia de los noticieros en la radio mexicana.

**Su trabajo radiofónico ¿lo desarrolla al máximo o se ha quedado con la inquietud de haber podido hacer algo mejor?**

“Siempre falta”.

**¿Pero no se queda con las ganas, si le faltó algo en el programa, al día siguiente lo hace?**

Esa es la ventaja de la radio, que hay cosas que puedes remediar muy rápido y hay otras que no puedes hacerlo, pero generalmente no me quedo con las ganas de nada, incluso no porque te den ganas, siempre debe tener un exceso, también te dan ganas de haberte quedado callado o haber sido cauto, porque a veces es muy difícil controlar un enojo, una ira o un colmo, porque ya vivimos esa época ¿no? de colmos”.

**Al dar su opinión sobre algún hecho ya sea nacional o internacional ¿ha tenido algún problema de represión o censura?**

“Desacuerdos, censura no”.

**¿Cree que existen elementos alternativos en la comunicación, en este caso dentro de la radio?**

“Yo creo que en ese aspecto está todo por hacerse, se ha hecho muy poco en este país. Se ha hecho muy poco en todo, porque así como no se le ha dado prioridad a la educación, pues tampoco se le puede dar a estos otros recursos alternativos que dices. Habría menos problemas políticos si se hablara más de política, pero para poder hablar de ella, tendría que haber habido más educación, más cuidado, más infraestructura, más industria mexicana y más nacionalismo, no lo hubo, bueno pues ahora hemos perdido 50 años de nuestra vida nacional, por lo pronto y lo tienes que pagar. Por eso, los recursos que ahora ves en otros países y la alternativa que ves en todo en esos países, aquí te la tienes que tragar un poco y estar jugando un poco a un perfil bajo, mínimo, porque no puedes aventar lo que podrías aventar ni en imágenes, ni en sonido y menos en conceptos, que es la esencia ¿no? habrá que esperar ahora a que por lo pronto tengamos un presidente de otro partido, esto ya nos llevará a otro escalón de cosas”.

**¿Cree que haya un cambio, porque a lo mejor en el poder se vician?**

“No, pero no un cambio como.... me refiero a uno de estructuras, de... posibilidades. Yo no te digo que si sale un Presidente del PAN o del PRD sea mejor que uno del PRI. No se puede aventurar esto, pero para la sociedad en general ya son posibles otras cosas, antes no podías hablar mal de un general, imposible, ahorita salen la historia de los generales en el narco, eso te brinda una posibilidad inmensa, bueno, lo mismo pasa con un Presidente de algún partido, no porque te vaya a cambiar al país, sino porque es un timbre que le avisa a la gente que todo es posible, entonces cuántas otras cosas se podrían hacer”.

**Entonces ¿El Mañanero sería uno de estos casos?**

“Yo creo que hay cosas y que debería haber cosas que tienen su valor o que tienen reconocimiento siempre después, porque generalmente, y eso nos pasa a nosotros mismos, reconocemos hallazgos o valores hasta que gozas de las bendiciones de eso mismo. Por

ejemplo, Palillo. Todos decimos ahorita: "Palillo, tanto tiempo de haber estado abriendo el espacio político" y así Rius, los caricaturistas en los moneros y así mucha gente que estuvo terquee y terquee con algo y que en su momento era perfectamente improbable, sin dejar de ser reconocidos en su propio gremio, pero ahora es cuando estamos disfrutando de las bendiciones de esas peleas. Yo creo que en el futuro, algo nos puede pasar similar, por el momento todo es muy caliente, de mucha inercia, es muy rápido, el ritmo es verdaderamente voraz, yo creo que llegará un momento o un tiempo en que se pueda hablar con calma de estas experiencias, incluso de cosas como el PRAU (Partido Revolucionario y Alburero U) porque claro que cualquiera quiere ser presidente, cuando *Brozo* pudo ser gobernador del DF".

### **¿Y sí podía?**

"¡Pero claro, claro!, o sea, tampoco seamos ingenuos en ese aspecto, pero hay que ser responsables para saber hasta donde vas a llegar, todo es posible, pero te digo quedan testimonios grabados, fotográficos, de audio, de todo eso, que ahorita no se notan, pero que lo harán. ¿Cuándo? Cuando empieces a ver ese tipo de cuestiones de: "nunca me imaginé que México pudiera haber estado así o que hubiera reventado esto o que hubiera reventado tal", habrá que esperar esos momentos y mientras tanto gozar lo que te toca hacer, porque lo que sí sería muy triste es que en este tipo de momentos nacionales te dedicaras a contar chistes de gallegos, no se vale".

### **¿El Mañanero sirvió como una plataforma del PRAU? ¿Nació como un plan para ver qué era lo que decía la gente?**

"No, lo planeamos. El PRAU fue planeado, cómo iba a empezar y cómo a terminar, y cómo íbamos a meter calambre y cómo iba a funcionar. Estos son los juguetes que deberíamos empezar a jugar todos. En un medio político virtual, el personaje virtual más fuerte tendrá que ser la realidad y cuando empezaban a hablarnos todos los presidentes de los partidos dijimos: ¡Clij, ahí está! "Oiga de qué se va a tratar y qué rollo ¿no? y hasta dónde quieren

llegar" ~~-se asustaron-~~ ¡claro!, pero les dijimos: ¡no te preocupes, estamos jugando na' más!"

**Sí, pero un juego que se convirtió en un espejo de lo que en verdad la gente quería y quiere ¿no?**

"Pero además, si tú lo ves como una fórmula se cumple perfectamente, porque además lo que tú estás mostrando o proponiendo es lo único que puede tener certidumbre, porque todo mundo sabe qué esperar de ese personaje, pero los demás no".

**¿Consideraría que *El Mañanero* sirvió como parteaguas dentro de los noticieros cómicos, por ejemplo el de Héctor Lechuga?**

"Lechuga fue primero, pero lo de Héctor no fue noticiero.

**¿Era una revista, entonces?**

"No, era un cotorreo, así se llamaba, *Cotorreando la Noticia*, agarrar los periódicos y poner a un señor serio que decía: "Ya vio Héctor...", bueno desde Chucho Salinas, ellos son los primeros. Yo creo que ellos parten esa posibilidad, la crean y nosotros la oficializamos. Es decir, Héctor y Chucho abrieron la posibilidad de hablar de noticias y hacer un espacio divertido, que ese es el chiste, y nosotros llegamos a ponerle noticiero y tener el espacio y la hora como tal, que es el triple A de la radio y competir y tener ratings como los de Pedro Ferríz de Con e incluso a veces más".

**¿Sí han logrado eso?**

"Sí".

**¿Porque no todos los invitados se prestan a que los entreviste?**

"Claro, y tienen que ser lo suficientemente importantes para sentir el riesgo del ridículo, como en el caso reciente de Porfirio Muñoz Ledo, que es muy bueno, muy buen comediante, al igual que Carlos Castillo Peraza, que son gente muy inteligente, muy

brillantes, a las que no cuestionaríamos, sino hacer que suban al humor donde podrías decirles: "no tienes pedestal, eres un perro igual que todos los que te están oyendo. Enrique Guzmán es más importante que tú".

**Es decir, que uno los sienta más humanos ¿no?**

"Por supuesto".

**¿Y quiénes son los que no se prestan para este juego?**

"Los que no han tenido contacto alguno con la gente, a la que ven como una cifra, es parte del discurso, las masas, la mayoría, pero no conocen a nadie, ni tienen ese interés político de nutrirse ¿no?"

**¿Por ejemplo, los del PRI?**

"En el PRI hay gente muy interesante, bueno, hay gente muy culta en el PAN, en el PRD, muy interesante y el PRI algunos valen la pena, no muchos, otros no, o sea, pero esos "otros" son como para estudio, por ejemplo, tú ves a Rodríguez Alcaine y conocerlo es importante, es un gángster, pero hay que conocerlo".

**¿Y qué le dicen los políticos?**

"Fíjate que es un saque de onda, porque yo soy muy distinto a *Brozo* y a ellos les gusta éste porque no se pueden meter tan fácilmente con él, porque no se queda callado, no dice "hay disculpe licenciado" no, es altanero y es más de lo que ellos pidan, si uno de ellos es grueso, *Brozo* lo es más, si es grosero, él es más, no hay medida y la mayoría de ellos son inteligentes, entonces no pierden nada teniendo simpatía por *Brozo*".

**Como el caso de Castillo Peraza, que le regresaba los dobles sentidos a *Brozo* ¿no?**

"Claro, pero es que además son muy pocos -y esto hay que decirlo- los políticos que se divierten siéndolo, que gozan este tipo de contactos y que se interesan por lo que está

opinando la gente de ellos. Como Porfirio Muñoz Ledo, que le pide a Carolina (la productora) todos los periódicos listos, porque tiene un gran manejo de material informativo ó un diccionario, porque la vez que estuvo, le dije "morboso" y lo pidió porque dijo "yo no soy morboso, eso es insano" y buscó la palabra y comenzó a decirnos sus significados, lo cual es algo que goza mucho. Porque además cuando está en su curul, él está con su diccionario, porque como nos contó, que un día alguien dijo: "el compañero es muy visionario y él contestó, tiene razón, porque el compañero hace visiones". Y por qué lo dijo, pues porque ahí tenía el diccionario".

#### **¿Qué le gustaba más, El Botanero o El Mañanero?**

"*El Mañanero*, porque a la una de la tarde no puedes echar tanta noticia y teníamos menos tiempo, entonces no te podías clavar en determinadas cosas, sino más bien sacar los comentarios rápidos. En cambio ahora con dos horas -aunque yo preferiría tres- no estamos tan limitados en nuestros comentarios y podríamos hacer más con el programa, como por ejemplo, integrar más secciones, y sobre la participación de invitados, esto sería más difícil porque tienes que escoger muy bien a la gente", finalizó Víctor Trujillo.

De esta forma, concluyó el encuentro con el creador de un espacio noticioso, que tuvo la fortuna de entrar en un momento de transición nacional, cuando lo que se quería era saber "el huevo y quien lo puso" o en su defecto, obtener información no tan manipulada. Si fue una nueva opción informativa o no, eso es algo muy subjetivo, pues sólo quien lo escuchaba, sabía la importancia que le daba a los comentarios de un personaje, que hizo de su imagen, el atractivo principal de su noticiero, que después completó, con sus comentarios fuera de toda regla protocolaria, con opiniones especiales, sobre todo a notas que hablaban sobre desempleo o hambre, por culpa de la política actual, por ejemplo. Se hacía una chacota de los malos personajes que existen y que ocasionan todo ese sufrimiento. *Brozo*, explotó la fórmula cómico-crítica, que otros ya habían hecho antes en

radio, le salió bien, provocó controversia y demostró el poder de convocatoria que podía tener simplemente su imagen.

#### **2.4.2 ¿Y qué pasó después?**

##### **DE LA RADIO A LA TELEVISION (Canal 40 y Televisa)**

El humor en todas sus facetas, se encuentra inmerso en nuestra propia esencia como mexicanos; nos servimos de él para expresar o hacer más llevadera nuestra vida cotidiana.

Es una actitud que no puede ser encasillada bajo ciertos patrones, pues es tan amplia y disímbola como nuestra propia diversidad cultural. No hay límites para manifestar el humor, ni para transportarlo a cualquier medio de comunicación de masas como es la televisión.

La creatividad y la imaginación, resultan ser dos armas fundamentales en este trabajo. El quehacer en este medio siempre se da en equipo. Cada integrante cumple una función específica desde el productor, hasta el asistente de producción. Todos unen sus talentos con el fin de brindar al espectador un producto de calidad.

También importante, es lograr la participación del espectador en el juego noticioso, por lo cual, el humor, es una herramienta válida para este fin y para expresar lo que no se puede decir de una manera seria o formal, como lo hacen la mayoría de los segmentos informativos. Se hace a un lado la solemnidad para darle cabida al juego noticioso, al cartón político actuado y cargado de información entre líneas. Por medio del humor, se pueden tocar y evidenciar actitudes de los gestores de la política que de otra manera, sería imposible llevarlo a cabo en la televisión. La gracia de todo esto, radica en la manera y no en la forma en que se presenta dicha información política.

Sin lecciones de moral y redención, sólo alternativas para crear polémica y participación del público, son los ingredientes necesarios para enriquecer el binomio humor político-información, y generar una mayor libertad de elección. Según el comediante y actor, Héctor Lechuga, en realidad es el televidente, el que hace el comentario privado en público y recalca: "(...) yo pienso que el humor hace que la gente se desestrece, hace que la gente olvide eso que también se llama...mal humor".

### **"UN RETO MUY CABRON": VÍCTOR TRUJILLO (El comienzo de algo nuevo)**

En la década de los 90, el universo comunicativo, especialmente la televisión, comenzaba a exigir el surgimiento de otras opciones, tomando como base, las características de lo que fuera el exitoso programa de Barriendo la Noticia, con Héctor Lechuga. Muchas propuestas surgieron, pero lo cierto, es que se llevó un buen tiempo, hasta que una de estas, en verdad rompiera con el esquema establecido y se convirtiera, por méritos propios, hasta ahora, en el único noticiario humorístico de todo el canal televisivo.

### **LA PRIMERA ETAPA (CNI CANAL 40)**

Víctor Trujillo, era un activo miembro de la izquierda, que todo los días se erigía contra la indiferencia del primer poder, las autoridades y la pobre situación del pueblo. Sin embargo, algo pasó, los tiempos de la radio se acabaron y el Payaso Tenebroso, comenzó una nueva etapa en televisión. Todo mundo pensó, "bien, un gran paso en la carrera de *Brozo*, seguramente seguirá con esa picardía y rudeza hablada que siempre lo ha caracterizado" y tal vez, las cosas irían muy bien.

Con una producción más bien austera, el que resaltaba era el peculiar portavoz del pueblo, ese hombre que, bajo un maquillaje grasoso, una peluca con cabellos enmarañados color verde y ropas guangas y desgarradas, que dejaba el anonimato de la radio, para dar la cara

al público y hacerse presente, ya no de oídas, sino de bastante vista, ante sus seguidores y otros muchos que, por pura curiosidad, sintonizaron el Canal 40, para ver a *Brozo*, el Payaso Tenebroso y su famoso, *Mañanero*, donde la neta, era la nota principal.

De esta forma, después de más de seis años en el universo radiofónico, Víctor Trujillo (con su inseparable personaje de *Brozo*), decide dar el gran salto, provocado principalmente por la unión (que nunca se concretó), en 1999 de Televisa (empresa hacia la que, en un principio sentía una aberración total) con Acir Radio y darle a su noticiero de *El Mañanero*, una nueva y más atractiva imagen, pues como más tarde aseguraría el propio actor, fue “para ilustrar el programa de radio y que se vea lo que se platica”. Así, en julio del 2000, el noticiero chacotero, comenzó a transmitirse por televisión, a través de la señal del canal 40, de la cadena CNI, de 7 a 10 de la mañana, al mismo tiempo, que una hora antes, es decir a las 6 de la mañana, el Payaso Tenebroso, seguía haciendo de las suyas en radio, pero ahora en la estación Bonita AM, de grupo IMER, terminando su participación a las 9 am, y de esta forma abarcando los dos medios con más difusión en el país y por supuesto, proporcionando a su *Mañanero*, una cobertura mucho más amplia, pero que no dejaba de ser sólo nacional.

Al parecer, todo marchaba viento en popa, el público de televisión, recibía con beneplácito al *Brozo* e incluso, un año después, en el 2001, más específicamente el 4 de junio, CNI Canal 40, anunciaba la expansión de la señal de *El Mañanero* y *Las 9 y Sereno* (programa de crítica política y otros menesteres, conducido por Víctor Trujillo), junto con otros espacios informativos, a 26 ciudades de Estados Unidos, a través del sistema Spanish Television Network.

Tan bien se sentía el ambiente, que durante una entrevista realizada por la periodista Verónica Maza Bustamante, para la revista Milenio, *Brozo* no ocultaba su felicidad:

### **¿Cómo te sientes ahora que *El Mañanero* está en televisión?**

“Muy chido, porque es un proyecto que quería hacer desde hace tres años. Lo propuse y no le dieron calor. Lo mejor es que no tiene pretensión de ser noticiario, es un informativo chacotero. Hemos platicado de todo lo que dicen los demás, pero quitándole ese ladrillo; a veces pareciera que la información tuviera que tener corbata y ser ceremoniosa, como si fuera un nicho sagrado. Es lo que hay que poner a nivel del suelo: la información que tanta falta hace en el país y que es tan divertida. El sentido del humor y la música son las causantes de la paz social de este país”.

### **¿Qué fue lo que hizo que *Brozo* cambiara los cuentos por la información?**

“Finalmente era un ‘clic’, porque los cuentos muestran la realidad a partir de la fantasía y las noticias son lo mismo. El que hace humor debe tener en la taterna 800 años de historia para poder estar en el juego. No se trata de llegar a un medio tan importante como la televisión para decir ‘este tiene nariz de pepino’, ‘aquel secretario tiene ojos de coyota’. Ésa es una falta de respeto a la información. Es distinto al humor político, que es más viejo que la información oficial. Hay que ir a la revista, a las carpas, cuando no había radio ni tele. La gente se iba a enterar ahí, por eso se llamaba ‘revista’. Tratamos de hacer una gran carpa con formato de noticiario”. (41)

Otro de los puntos fuertes en esta etapa, fue la aparición de la famosa Secretaria de *Brozo*, que además de regocijar la pupila del público masculino, también despertó la polémica entre la audiencia femenina; la cual, si ya lo traía en jaque por su actitud y trato hacia el supuesto “sexo débil”, ahora no lo bajaban de un misógino, que trataba a su asistente como un simple objeto sexual.

Paradójicamente, la idea de crear a la curvilínea asistente, fue de la misma productora del noticiario y también esposa de Víctor Trujillo, Carolina Padilla, quien decidió darle un

(41) MAZA Bustamante, Verónica. “Lecciones de soberanía con Brozo”, en [www.mileniosemanal.com/158/entrevistas](http://www.mileniosemanal.com/158/entrevistas)

toque más suculento al programa, presentando la imagen de la mujer perfecta, según Brozo, porque “es guapa, esbelta y lo mejor, ¡no habla!”. Y sobre su mutismo, la misma secretaria alguna vez dio la razón de su mutismo: “Cuando me ofrecieron ser la secretaria, a la productora se le ocurrió ponerme los lentes y decidieron meterme con el riesgo de que a la gente no le agradara. El que no hable, es porque *Brozo* decía que era la mujer perfecta por lo mismo y me ayuda el no hablar, porque tengo que improvisar, pues no sé con qué me vaya a salir”, (42)

### **BROZO...¿ARRIBA, EN MEDIO O DEBAJO DE LA MUJER?**

“Carolina, mi productora, mi esposa, madre de mis hijas y mi chicote”, es de esta forma, como se expresa Víctor Trujillo, de la mujer que siempre ha estado a su lado y que al igual que él, es parte importante del cerebro creativo de *El Mañanero*. Sin embargo, la opinión de Brozo sobre la mujer, es totalmente diferente, pues para él, la mujer calladita, se ve más bonita.

“Es decir –indica el propio Víctor-, todo va en paquete y si en algún momento se llega a confundir alguna declaración del conductor, pues es cuestión de opiniones, que gracias a la apertura del noticiero, pueden discutirse”. Sin embargo, para muchas mujeres, esto no es válido ya que la posición del payaso tenebroso, es irónica y muchas veces insultante, sobre todo, cada vez que aparecía su secretaria en escena, hacía con ella lo que quería y como respuesta, sólo recibía una sonrisa complaciente.

Tanta fue la molestia causada, que hasta artículos de opinión se escribieron al respecto, como el realizado por la periodista Eli Bartra, para La Jornada, del que se extrajo el siguiente fragmento:

(42)MUÑOZ, René. “Yo no me meto con el ‘Precizo’...porque la confianza da asco”, en Revista Teleguía, del 16 al 22 de marzo del 2002, México, DF, p.4

“(…) He escuchado a mucha gente justificar el –a todas luces- injustificable machismo de *Brozo* porque, se dice “eso es lo que corresponde al personaje que está representando”. Si es así, en ese personaje no hay consistencia alguna. Con la excusa de que se trata de un payaso cuya función es hacer reír, hacer payasadas, muestra un machismo galopante siempre que se le antoja. Yo me pregunto, ¿qué no se podría ser chistoso y hasta hilarante sin ser sexista, siendo incluso antimachista?

“No me parece coherente y no pienso que esté para nada bien que se esté utilizando ese instrumento de comunicación que llega a millones de personas con esa discriminatoria actitud hacia las mujeres (aunque sea dizque en broma). ¿Será capaz de manifestarse tan racista y tan clasista como sexista se muestra? Aunque no creo que *Brozo* sea el líder de opinión por televisión –como se dice por ahí- quizá mejoraría bastante su programa si se quitara mucha paja, la publicidad dentro del programa hecha por los comentaristas de noticias fungiendo como agentes de ventas, el chacoteo sin sentido y sobre todo, suprimiendo el sexismo”. (43)

Al respecto, el mismo Víctor Trujillo, dio su opinión del por qué de esta actitud de *Brozo*, hacia las mujeres: “Si mañana mi secretaria quisiera hablar, podría hacerlo, siempre y cuando quepa la provocación. Con la secretaria de *Brozo*, a quien deseo provocar es a las mujeres. Quiero que se hagan preguntas, que se cuestionen si *Brozo* es misógino, es un objeto. Quiero provocar desorden” (44), y vaya que lo logró.

Sin embargo, el tiempo pasaba y las oportunidades de crecimiento y desarrollo de Víctor Trujillo y sus programas (*El Mañanero* y *Las Nueve y Sereno*), no eran del todo claras. Simplemente, mientras *Brozo* trabajó para Canal 40, compartía con los demás noticieros del canal, apenas el 5 por ciento de las preferencias del público, mientras que el noticiero

(43)BARTRA, Eli. Brozo tenebroso sexismo y violencia contra las mujeres, en [www.jornada.unam.mx/2002/mar02/020304/arts43/43\\_brozo.htm](http://www.jornada.unam.mx/2002/mar02/020304/arts43/43_brozo.htm)

(44)Revista Telemundo, No. 66, en [www.canal1100.com](http://www.canal1100.com)

conducido por *Ciro Gómez Leyva* y *Denise Maerker*, eran vistos por el 7 por ciento. Porcentaje que cambió, cuando *Brozo* y su *Mañanero*, se mudaron de casa, ya que, en Televisa, el noticiero chacotero logró el 8 por ciento de las preferencias y esta vez, sin compartirlo con nadie.

### **\*BROZO ENTRA A TELEVISIVA**

“El que es payaso, donde quiera es verde”, aseguraba Víctor Trujillo, durante una entrevista concedida a El Universal: “En toda mi carrera he tratado de pertenecer un buen tiempo en las empresas donde trabajo, pero finalmente aprendí que no debo andar buscando qué camiseta me dan, porque yo tengo la mía, yo genero mis proyectos. Debo estar con la empresa que coincide con mi camiseta”. De esta forma, en tele, primero fue el canal 13, luego Imevisión, después TV Azteca, más tarde CNI Canal 40 y actualmente, Televisa.

Fue el viernes 7 de diciembre del 2001, cuando *El Mañanero*, dio por terminada su etapa en Canal 40, después de un año y cuatro meses al aire. Inmediatamente los rumores comenzaron a circular, destacando el más insistente, el de su anexión a las filas de Televisa, la empresa que en un pasado, *Brozo* había hecho pedazos con sus comentarios, calificándola de manipuladora y arreglista de la verdad, entre muchas otras cosas. Así, después de tantos dimes y diretes, por fin, al anunciarse la reestructuración de la programación de la Televisa, se daba por hecho el inicio de las transmisiones de *El Mañanero*, por el canal 4.

Así que, a partir del 1° de enero del 2002, en punto de las 7 de la mañana, *Brozo* dio los buenos días a un público expectante, ansioso de ver qué tan libre sería este payaso chacotero, para hacer sus sarcásticos comentarios. No obstante, con esta nueva unión, el público ya no veía con tan buenos ojos a este personaje, al que un día, había catalogado como la alternativa en la televisión mexicana.

Ahora, ya anunciada su nueva contratación (que según se dijo en un diario capitalino, había sido por 2 millones de dólares más un sueldo de 700 mil pesos mensuales), los comentarios de Brozo para su nueva empresa, eran de lo más benéficos: “El payaso tenebroso y el equipo de *El Mañanero* sólo pueden caber en la única empresa que tiene futuro de aquí a 10 años. Las demás, se vas a pasmar y a parir chayotes y en su afán de crecimiento, se quebrarán las patas; con 3.50 pesos que tengan no conseguirán ser productos ni de a peso, pues no basta tener la lana, hay que tener con quién hacerla”, dijo durante su participación en el quinto día de actividades del Foro Espacio 2002 en Pachuca, Hidalgo.

El sentimiento de seguridad era tan alto, que también, Brozo no perdió la oportunidad de hablar de los demás noticieros, reconociendo la labor de periodistas como Joaquín López-Dóriga; Javier Alatorre; Ana María Lomelí; Ramón Fregoso; Jorge Berry y Lourdes Ramos, pero asegurando que aún no ha nacido quien le haga competencia a su emisión, “son buenos en lo suyo, pero no hay nada que le llegue a los talones a *El Mañanero*. El noticiario chacotero, ha tenido mucho éxito tanto en México, como en el extranjero gracias a su antiformalidad. Hacemos las cosas sin solemnidad y eso agrada a la gente. Un Brozo europeo causaría el mismo efecto que yo”. Además, ahora algunos críticos, después de atacarlo, catalogaban al programa, como el punto más fuerte en la programación noticiosa de Televisa.

En entrevista concedida a Jorge Caballero, del periódico La Jornada, al preguntarle si creía que con este cambio, iba a dejar de ser un payaso lépero, para convertirse en uno lastimero, Trujillo afirmaba: “Lo del payaso lépero es nada más forma, (...) y es meter un personaje de ficción en una realidad virtual que vivimos en el país: partidos que parece que hacen política, gobiernos que parece que proceden, democracias que parece que se instalan, transiciones que parece que duran seis meses; esto fue lo divertido del proyecto: meter en este espacio a un personaje de ficción que se nota en nuestro sistema social, político, económico, eso es lo verdaderamente importante. Ese club y ese personaje de ficción es un

alburero, misógino, tomador, le vale madre, no tiene compromisos con nadie, si le dan 10 pesos los agarra, si le dan 100 o si le dan mil o si le dan dos viejas, le importa poco, porque de todas maneras no le van a durar (...) es un proyecto de trabajo no hacer un programa chistoso" (45).

### \*PROS Y CONTRAS...DE LA RADIO A LA TELEVISIÓN

Todo un albur, resultó el cambio de *Brozo* a la Televisión, especialmente a Televisa; donde se comprobó que "cae más pronto un hablador que un cojo". Al igual que al principio de su carrera en televisión oficial (Imevisión), como simple cuenta cuentos infantiles, adaptados para adultos y después en radio, como titular de un noticiero donde lo solemne, como él mismo dijera, "había chupado faros"; el Payaso Tenebroso volvió a causar polémica y logró que todos los medios volvieran a posicionarlo como uno de sus focos de atención y seguirle el juego del "bueno", que se unía ahora a los "chicos malos".

Para gran parte de su auditorio, la excusa que dio este personaje, para su cambio de casa laboral, no bastó. El discurso de un mayor crecimiento, tanto personal como profesional, sólo algunos lo creyeron, la mayoría coincidió en que el payaso mugroso, salido de lo más bajo de la sociedad y que había alcanzado el reconocimiento de la gente, por sus atrevidos discursos; ahora se había vendido al mejor postor. Si el mismo "Teacher", Joaquín López-Dóriga, de fiero crítico que es en radio, al aparecer en televisión, se convierte en un manso corderito; cómo no le iba a pasar lo mismo a *Brozo*. *El Payaso Tenebroso*; que hasta antes de enrolarse en las filas de la televisora de Chapultepec, se había caracterizado por mantener su espacio libre de toda influencia oficial, de línea alguna, y la única crítica que recibía era por su excesivo uso del albur y palabras "malas", así como por su notoria actitud misógina hacia las mujeres.

(45) CABALLERO, Jorge. "Nunca me habían mentado tanto la madre por e-mail, asegura Brozo", en [www.jornada.unam.mx/2002/ene02](http://www.jornada.unam.mx/2002/ene02)

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

El ser auténtico, él mismo y tener la seguridad que le daba una peluca verde y el maquillaje simplista de un payaso callejero, ahora quedaría limitada, pero eso sí, mucho más explotada comercialmente, llegando incluso al exceso; con lo cual, además de alargar más el tiempo, se provocaría perder el sentido inicial de un noticiero como *El Mañanero*, donde la crítica chusca era lo principal.

Los cambios fueron muchos e incluso, eso del crecimiento profesional que tanto justificaba *brozo* si se dio, por lo menos, logró que su noticiero, fuera el único de Canal 4, que tuviera cobertura nacional; los recursos informativos crecieron en cuanto a tecnología, porque en equipo de colaboradores, aunque pasó de tres a cuatro, la verdad es que ninguno de los que están ahí, son capaces de darle réplica aun personaje como este. El papel de la secretaria también cambio, salió la exuberante rubia y entró ahora una becaria, que a diferencia de su antecesora, ahora sí habla, aunque sus comentarios carezcan de inteligencia alguna. La televisión se comió a *Brozo* y a su proyecto del *Mañanero*. Ahora, es visible todo lo que hace, sus expresiones, a pesar de tener maquillaje, y su condolencia de crítica y hacia sus invitados.

En radio, sin embargo, la situación era otra. Aunque ya se conocía su imagen, el público que lo escuchaba, sólo podía hacer eso e imaginar, qué estaría haciendo en realidad el conductor. Como el mismo doctor Rafael Resendíz, al opinar sobre los ventajas y desventajas de *Brozo* en un noticiero en radio, señaló: "Yo pienso que no hay tantos contras, hay más pros, en el sentido en que por las características de romper con las reglas de un noticiero, una revista radiofónica, entonces resultaba más provechoso para un emisor que *Brozo* estuviera en una estación de radio. ¿Por qué? Porque el público ya cambió, la gente esperaba cosas nuevas y *Brozo* lo era, en la medida en que descubrió un poco nuestra alma de adolescente retardado que todos llevamos dentro, que quisiéramos tener la espontaneidad y la frescura para decir las cosas como él lo hacía y no las decimos. Entonces, todo esto, en una sociedad que está terriblemente cuadrada, encorsetada por el discurso mediático, que es horrosamente reiterativo, esquemático; evidentemente el

discurso fresco, ligero y heterodoxo de *Brozo*, viene a ser una cualidad más que un defecto para cualquiera. En radio, este personaje chilango del siglo XX, era mucho más fresco y penetrante, más cáustico; ahora en televisión, llega a ser un poco más formal y cuadrado”.

De igual forma, es rescatable la opinión del profesor Luis Fonseca, sobre el mismo tema: “Los pros, serían la denuncia, aunque también hay que entender que eso no lo hubiera podido hacer en otros sexenios, ¿no? Al Loco Valdés, cuando tenía su programa, una vez durante el gobierno de José López Portillo, dijo que las siglas “PRI” significaban “Pepe Resultó Igual” y no recuerdo si le quitaron el programa o lo multaron. Entonces, en relación a *Brozo*, no hay que pensar en las características de su discurso, como propio de él. Entre los contras, ahora en Televisa, podría estar el debilitamiento de su crítica, cuando entrevista a los funcionarios, es como estar oyendo a uno de ellos durante un discurso, pareciera hasta que los alaba, ya no es pulsante...como que les dice, “dime nada más lo que estás haciendo”, los alburea y entonces, es cuando se pierde lo importante, poner el dedo en la llaga”.

## **2.5 Cuestionario sobre el noticiero radiofónico “El Mañanero”**

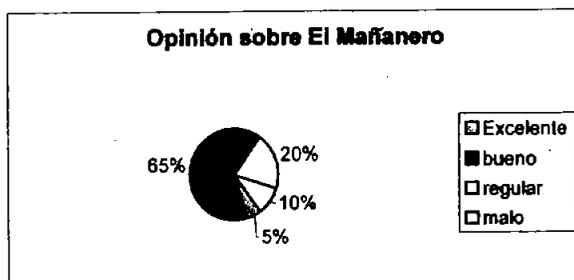
Buscando reafirmar o desechar los objetivos de este trabajo de investigación, se realizó un cuestionario a 50 personas, cuyos resultados, dejaron claro que: *El Mañanero*, fue una propuesta atractiva y buena, principalmente por su formato; escuchada sobre todo por casualidad y después por gusto al conductor, *Brozo*. Sin embargo, contrario a lo que se hubiera creído, la mayoría de los encuestados, señalaron que “No” preferirían este noticiero, sobre otros, y que la repercusión del discurso sarcástico del titular de dicho espacio, dependía del oyente, no del emisor.

Y para ampliar más este trabajo de campo, a continuación se presentan los resultados, de dicho cuestionario (46):

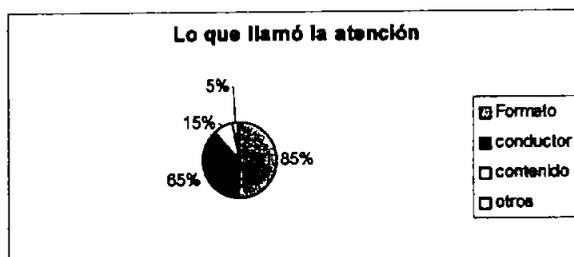
(46) Cuestionario aplicado por la autora de esta Tesis, en agosto de 1998

Sobre **¿cuál era su opinión sobre el informativo radiofónico, El Mañanero?**, para el 65% de los cuestionados, el noticiero resultó ser *bueno*; mientras que para un 20%, fue *regular*; el otro 10% lo consideró *malo*, y sólo el 5%, lo catalogó como *excelente*.

(Gráfica 1)



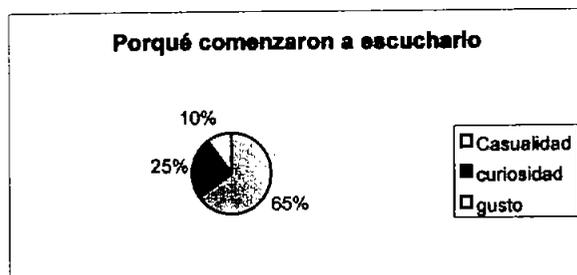
Sobre la pregunta de **¿qué fue lo que más les llamó la atención de este noticiero?** El 85%, señaló que fue el *formato*; mientras que el 65%, dijo que fue el *conductor*; el otro 15% coincidió en que fue el *contenido*, y el 5% restante, señaló que fueron *otras*, las causas. (Gráfica 2)



Al cuestionárseles sobre **¿por qué comenzaron a escucharlo?** El 65%, dijo que fue por *casualidad*, cuando iba en algún transporte público; mientras que el 25%, señaló que fue por *curiosidad*, debido al conductor, ya que el personaje de *Brozo*, antes de su incursión en la radio, ya tenía una presencia en televisión, como un tipo duro e irrespetuoso ante la sociedad y su entorno. El otro 10% restante, indicó que fue por *gusto*, debido a los comentarios de *Brozo*, a su manera tan original y simpática de conducción sin dejar de

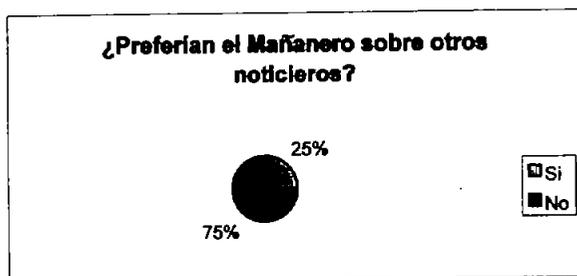
tomar en cuenta el proceso informativo que se generaba a diario, por su lenguaje fácil y popular, que lo llevó a dar una imagen de que él era el único que podía decir la verdad de lo que acontecía en el país, además de que es ameno escuchar relajo en la mañana.

(Gráfica 3)



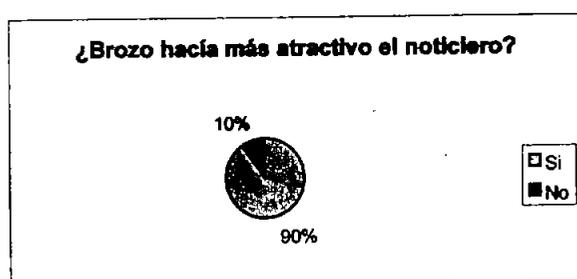
Sobre si preferían el **Mañanero** sobre otros noticieros, el 75% señaló que *No*, porque: no era serio, tenía un punto de vista muy agudo, lo que significaba que no era muy objetivo; además, la información debe ser clara y no jugar con cosas importantes, lo que llevaba a que, para este grupo, el tipo de noticias y su análisis fueran sumamente escueto y poco comprometido, sin mencionar que algunas veces, resultaba muy agresivo.

Mientras, que sólo el 25%, respondió que *Si* prefería *El Mañanero* sobre otros noticieros, porque: no hacía las noticias tan monótonas, era divertido, tenía veracidad, era un concepto nuevo y diferente, era la "neta" y se entendía lo que pasaba o al menos daba la pauta para pensar sobre lo que acontecía. Además, algunos conductores eran muy simples y sólo emitían las noticias sin ninguna profundidad, y a diferencia de ellos, con *Brozo* se daba una interacción entre él y su público. (Gráfica 4)



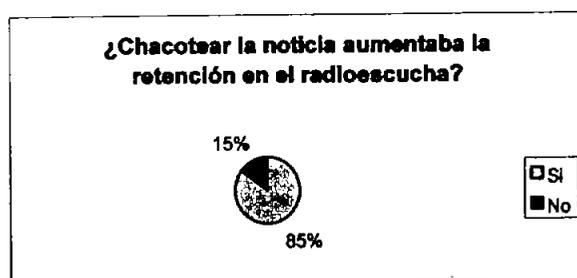
En relación a si el personaje de Brozo hacía más atractivo el noticiero, el 90%, dijo que *Si*, porque entre otras cosas: era muy popular y carismático, se atrevía a hablar de cosas que otros no tocaban, lo que causaba más interés e incertidumbre sobre lo que se podía llevar a cabo en el noticiero. También, hacía más entendible el mensaje de la noticia, al manejarla de forma realista y sencilla, escudándose tras el maquillaje y la peluca, para echar carrilla a los comentarios sobre todo, políticos, y porque al salirse de lo común y dar su punto de vista sin importar la manera en que lo decía, representaba una verdadera libertad de expresión.

Mientras, que el 10% restante, dijo que *No*, porque: lo que interesaba en realidad, era el contenido, por sus características, el conductor no permitía abordar con seriedad los diferentes problemas que había y lo que en verdad era innovador, era el concepto, no el conductor, que además, a este grupo, no le resultaba gracioso. (Gráfica 5)



Acerca de si pensaban que el formato de chacotear la noticia permitía a los radioescuchas una mejor retención de la información, el 85% respondió que *Si*, porque: a veces, cuando es demasiado serio el asunto, ni le hace caso uno, en cambio por estar al pendiente del chacoteo, se pone más interés en la noticia. Existía también las burla aún cuando fuera de personajes políticos de quien nadie podía hablar y explicaba de tal forma la noticia, que ésta llegaba a la gente de poca cultura o educación, además, la información se sentía menos agresiva, aunque la triste realidad persistía. Otra cosa que sobresalía, era su forma de relacionar objetos e información, hacía las cosas con más dinamismo y de forma muy coloquial, sin usar tantos tecnicismos ni politizaba los temas como en otros noticieros, además, una gran mayoría de la sociedad, no tiene una verdadera cultura de la información.

Entre tanto, sólo el 15%, respondió a la misma pregunta, con un *No*, porque: todo depende da las personas y su forma de retener las cosas en la memoria, por el cotorreo, uno no capta la noticia en si, además de que ésta no es cuestión de juego, a no ser que sean de deportes o espectáculos. De igual forma, se necesita conocer bien el contexto, para realmente retener la información, y en ocasiones, *Brozo* y sus colaboradores, se enfrascaban demasiado en una discusión y se involucraban tantos temas, que al final de la nota no se sabía de qué se había empezado a hablar. (Gráfica 6)



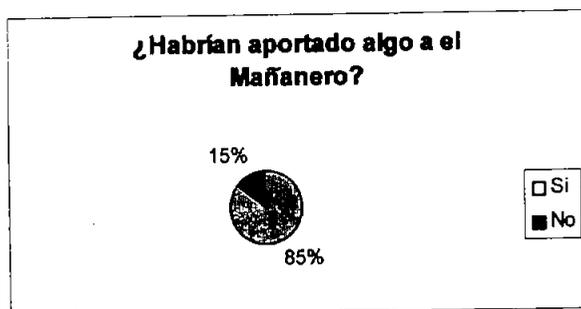
Sobre si el Mañanero **estaba dirigido a un sector en especial**, el 85% señaló que *No*, porque: a todos les gusta el cotorreo y estaba dirigido a quienes lo quisieran escuchar o aguantar a *Brozo* y su vocabulario; además, la radio es para cualquier sector y en este noticiero, no se excluía a nadie, ya que tenía entrevistas con personajes muy importantes, que iban desde políticos hasta gente de campo, y el lenguaje que se usaba, era entendible para todo público.

Mientras, que el 15% restante, señaló que el noticiero *Si* estaba dirigido a un sector en especial, que era: a las personas con un nivel educativo escaso, a la clase media baja, a la que era crítica del sistema, y quiso llegar a la gente que no gustaba de escuchar noticieros y también a los jóvenes, así como a los que entienden el doble sentido. (Gráfica 7)



Finalmente, al preguntárseles **si de haber podido intervenir en la producción, habrían aportado algo a ésta**, el 85% de los cuestionados, respondió que *Si*, siendo sus propuestas de: más apoyo al ciudadano, más consejos académicos; aumento en premios (regalos); poner a un compañero permanente para hacer más igualitario el programa y para que le llevara la contraria a *Brozo* (Víctor Trujillo); darle más difusión para que más gente lo escuchara; pasarlo en las noches; más información; poner un segmento de actividades científicas para niños y adolescentes auspiciado por alguna institución gubernamental y/o privada; ampliar la sección de deportes; un poco de menos caló y más palabras o uso de lenguaje más sencillo, y más espectáculos y cultura.

Mientras, el 15% restante, señaló que *No*, cambiaría nada al programa, porque con lo que *El Mañanero* presentaba, estaba más que completo. (Gráfica 8)



Con una mayoría de cuestionados entre los 20 y 50 años, y una minoría de menos de 20 años, así como de 50 años en adelante; quedó claro que, *Brozo* y su *Mañanero*, resultaron ser simplemente una *buena* opción informativa por radio, y aunque el personaje del Payaso Tenebroso era ya conocido de antemano y su lenguaje e imagen llamaban la atención, esto no contribuyó a que su espacio noticioso se catalogara como *excelente*.

Aquí, la *casualidad* fue la que llevó al público, a escuchar este nuevo formato de noticiero en radio, un medio donde personalidades como Gutiérrez Vibó; José Cárdenas y Guillermo Ochoa, entre otros; gozaban ya de una consolidación como líderes de opinión. Y aunque el personaje de *Brozo*, era una garantía de diversión y crítica sin miramientos, esto no significaba que el público lo prefiriera sobre otros noticieros de más seriedad, pues como señalara el doctor Rafael Reséndiz: “podríamos tomar como referente alguna declaración de *Brozo*, entre amigos o en un ambiente muy familiar, pero estando en el trabajo, ante personas ajenas a nuestro círculo social, es impensable citar algo dicho por este personaje, cuyo sinónimo de comicidad e informalidad, no permite tomarlo con demasiada realidad. Sí puede decir muchas “verdades”, pero lo cierto es que éstas se quedan en el aire y el verdadero peso de una crítica, así como las consecuencias de la misma, recaen más en otros periodistas, con un carácter y rol más serio dentro de la sociedad”.

De igual forma, quedó claro que fue precisamente el personaje de *Brozo*, quien sirvió como gancho de atracción hacia su noticiero radiofónico, y su lenguaje radiofónico, lleno de modismos, albures y burlas al por mayor; sí provocaba una mejor retención del mensaje en el auditorio, aunque la lucidez del mismo, sólo durara el tiempo que se prolongara la chacota sobre alguna nota o personaje en especial. El mensaje de *Brozo*, aunque en un principio se pretendió que sólo fuera para un sector de la población de nivel bajo, con el tiempo, este encasillamiento fue rompiéndose y terminó ampliando los horizontes noticiosos del payaso chacotero, dentro del cuadrante radiofónico, así como en auditorio (amas de casa, estudiantes, profesionistas, taxistas, comerciantes, etc.). Sin embargo, terminado el proceso de la crítica chacotera, otros serían los elementos, que distrajeran la atención del radioescucha y por ende, ocuparan su mente.

Tal vez, en algún momento del día, podría decirse “si...como lo que ahora dijo el “güey” este del *Brozo*, sobre los de Hacienda, que ya no saben como sacarnos dinero y ahora inventaron que van a bajar el IVA, pero que ya se lo va a poner a todo, según que para el bien del país. Sí, como no. Todavía no cambian nada, pero qué tal que ya le van a subir el precio a la gasolina, al pollo y a un montón de cosas más, y claro, el pueblo como los chinitos, nada más milando, ¿no?, ya ni la chin...”; pero simplemente como referencia. Lo cierto es que la sociedad, aunque baja, se maneja por clases y normas, por lo cual a un payaso como tal, sólo se le concede el peso de lo chusco, pero no por él, la gente abrirá los ojos y se lanzaría a las calles a exigir una verdadera democracia. Como diría *Brozo*, “hay muchos payasos en los medios, nada más que ellos usan corbata y yo no”, y sólo le faltó decir que ellos tienen más credibilidad, que la que el público, le podría dar a un payaso misógino, alburero y burlón.

## **2.6 Y al final...la radio sigue siendo mucho mejor, ¿por qué?**

Todo inició como una muestra de cambio y libertad de expresión...un payaso que daría noticias de todo tipo, pero que a diferencia de los otros comentaristas noticiosos, aquí la chacota, el comentario mordaz y la neta de la realidad, serían las armas principales para

hacer del peculiar titular del noticiero, todo un líder de información. Aquí, el objetivo era ponerse a la altura del pueblo, hablarle sin rodeos y decirle, por más cruda que fuera, la realidad, lo que nuestros gobernantes, hacían por, según ellos, el bien de todos los mexicanos.

Víctor Trujillo, es el cerebro creador de esta exitosa "simulación". Uno de los comediantes más comprometidos con el proceso de cambio democrático de México. Desde que empezó su carrera en televisión (en los 80 en Imevisión), ha puesto todo su ingenio y toda su fuerza para mover todos los días la línea de la censura y lo prohibido. Sus personajes siempre son albureros y provocadores, pero sobre todo son intencionados. Le gusta que en cada una de sus presentaciones se remuevan conciencias. Siempre que aparece en pantalla intenta decir algo que aporte puntos de vista distintos, algo que ayude al espectador en su formación de opinión.

"Yo quiero provocar preguntas. Quiero provocar por qué, de donde diablos, y éste de parte de quién. Yo no corro riesgos porque no tengo pretensiones periodísticas ni de poder. Mi pretensión sólo es jugar, por eso estoy disfrazado de payaso. Yo al público no le voy a decir la verdad de la vida, sólo busco explicar lo que nadie explica. Porque parece que hoy es preferible cuidar a un bonche de empresarios que a millones de jodidos", señaló alguna vez, Trujillo.

Y esto hizo precisamente, cuando propuso su proyecto de *El Mañanero*, a Grupo ACIR: "Hablé con Toño Ibarra y Romero Herrera. Se mostraron incrédulos y temerosos pero aceptaron hacerlo, y lo iniciamos el primer día del sexenio de Zedillo. Nunca tuvimos con Acir problemas de censura. Yo lo que le ofrecí a Toño Ibarra en ese tiempo fue que no era (yo) un kamikaze, y que no habría problemas para la empresa, porque todo tendría una contestación o una coartada, o habría nada que llegara al jurídico. En una palabra, le dije a Toño Ibarra, *El Mañanero* no será un dolor de cabeza", comenta Trujillo, quien renunció a

Acir, cuando esta anunció sus planes de asociarse con Televisa, que al final no se llevó a cabo, pero que marcaría una nueva etapa bastante polémica, para el comediante.

Sin embargo, a este payaso, como por ahí se dice, “le llegaron al precio” y cambio su estafeta independiente de radio y televisión (Canal 40), por el cálido cobijo y una segura proyección mundial color de rosa, de Televisa.

En pocas palabras, perdió el chiste y aunque el mismo Víctor Trujillo, en voz de su famoso y polémico monstruo, *Brozo*, dijera que todo iba a seguir igual, las cosas han cambiado mucho. Debido a la exigencia visual de la televisión, ahora el equipo del mañanero, además de dar las noticias más importantes del día, se dedica a hacer payasada y media, para hacer más atractivo el noticiero mañanero.

De la broma de un principio, esa que hacía que se pegara la gente a la radio, desde las 6 de la mañana, para analizar e imaginarte, todos los comentarios del Payaso Tenebroso, ya no queda nada. Ahora, todo lo dan “peladito y a la boca”, se puede ver a *Brozo*, en vivo y a todo color, mandando a comerciales cada minuto y a su equipo, sin chiste alguno.

En radio, el albur estaba presente desde un inicio, desde los previos e incluso, desde las cortinillas del programa, se daba la bienvenida al atractivo mundo de la chacota política, social, deportiva y de espectáculos. Aquí no había piedad para nadie, con todos se jalaba parejo. En radio, no había imagen, sólo imaginación y los colores y formas que uno quisiera dar a quienes hablaban y a lo que decían. Con la televisión, se pierde toda capacidad de análisis conciente, ya que, cuando se comienza a digerir lo que se dijo, o meten una mención de patrocinador o sale una secretaria, llamada “Camsia”, mostrando sus mejores cualidades y no precisamente intelectuales.

Tal vez el sentido crítico de *Brozo* siga presente y no cambie nunca, pero es un hecho, que ahora, aunque lo niegue, existe una línea mucho más marcada en su actual casa de trabajo.

Ahora, si hay invitados de relevancia, pero ya no es el mismo trato, las palabras, aunque directas, tienen que ser medidas, así como las reacciones de los invitados, que aunque puedan devolver un doble sentido, tienen que respetar la presencia de una cámara de televisión.

Por esto, *El Mañanero* en tele, sobre todo en su actual etapa en Televisa, ya es otro noticiero...más "light", donde lo único duro que hay, es la presencia de *Brozo*, que sólo queda en eso. Tal vez, si llegue a ser duro y claro en algunos de sus comentarios, pero su atractivo, ahora ya no es tanto de lucha social, sino más bien, de efectividad comercial y esa lucha que lo caracterizó en un principio, se le quedó como herencia de sus inicios populacheros y de "Robin Hood" de los pobres.

La radio, fue para *El Mañanero*, en su momento, el mejor medio para un programa de opinión y crítica social. Entre cuatro paredes de una cabina radiofónica, dos micrófonos como medio de expresión, un presupuesto limitado, un ferviente deseo por decir la realidad del pueblo, a cientos de personas y sólo tres colaboradores, claros, inteligentes y divertidos. Fue mucho más atractivo el proyecto de un noticiero chacotero, conducido por un payaso arrabalero y sin exclusividades de ninguna índole, a lo que se ve ahora, de lunes a viernes, de 6 a 10 de la mañana, por el canal 4, un programa mucho más limitado a diferencia de la radio, donde la libertad de expresión estaba presente.

## CONCLUSIONES

El humor ha sido uno de los mejores medios de expresión para hacer más clara y digerible la información social, económica y política de un país. *Brozo* le apostó al humor y ganó.

*El Mañanero*, un hecho informativo, que en 1994 comenzó su boom, al abrirse un espacio para una propuesta informativa menos formal y mucho más informal, conducida por un personaje populachero, mejor conocido como *Brozo*, un cuenta cuentos que bajo una peluca verde, maquillaje de payaso y vestuario roído por el tiempo; desde su aparición (primero en tele y después en radio), levantó la bandera de realidad del acontecer diario del país.

Los radioescuchas, aunque sorprendidos en un inicio, fueron poco a poco dirigiendo el humor sarcástico del peculiar conductor de este informativo matutino, que con su trabajo demostró que la gente necesitaba un interlocutor, alguien que dijera y les explicara sin tanto "rollo", lo que pasaba en el país.

En *El Mañanero* (como sugestivamente se tituló a este espacio), no había diferencias entre entrevistador e invitados; nunca se abusó del poder del micrófono, al contrario, este se utilizó para comunicar e incluso servir de referencia para un análisis más oportuno de las noticias al momento. *Brozo*, el titular de este noticiero, se convirtió para muchos, en un defensor de la libertad de expresión, que hablaba a los poderosos sin pelos en la lengua. A todos les daba e incluso, hasta cuate de algunos era, pero no por ello, dejaba de decirles sus verdades.

Así, dicha fórmula funcionó bastante bien, al grado que de tener una duración inicial de dos horas, pasó más tarde a ser de cuatro. Incluso, fue tan grande la proyección que tuvo en el público (adultos, adolescentes y niños), que este espacio sirvió para que, con el pretexto de

las elecciones de 1997, se creara el PRAU (Partido Revolucionario y Alburero U “que es la cuerda con que siempre saltas tú”), que para sorpresa de muchos, tuvo más aceptación que los mismos partidos oficiales (como se constata en entrevistas con varios ejecutivos de Grupo Acir, incluidas en este trabajo).

Como este experimento electoral, las demás propuestas que se daban en el programa, surgían simplemente porque alguien del equipo, del público o el mismo *Brozo*, lo proponían sin tener un fin diferente a divertirse. Es decir, no existía la intención de distraer, en el caso del PRAU, al electorado o crear morbo para ganar audiencia, tan sólo las cosas se iban dando conforme avanzaba el programa.

La propuesta de cotorrear la noticia, dio resultado. Mucha gente que antes no se interesaba por las noticias, a través de este espacio informativo empezó a ponerles atención, se acercó a ellas y aunque el nivel socioeconómico al que iba dirigido este espacio es un principio era bajo, según los ejecutivos de Radio Acir, una vez establecido en el cuadrante, su auditorio fue diversificándose, tal vez por curiosidad o casualidad, lo cierto es que el nombre de *El Mañanero*, dejó de ser una simple referencia alburera típica del caló mexicano y se convirtió en un referente de información directa, irreverente y accesible, entre los cuates.

Mientras duró *El Mañanero* en radio (1994-1999), la noticia dejó de ser solemne. *Brozo* y *El Mañanero* fueron en radio un punto de referencia. De narrador de historias, el *Payaso Tenebroso*, se convirtió en un crítico de la vida real, decía lo que aparentemente quería, pero sin violentar la oreja, como él mismo dijera alguna vez: “Oyendo y riendo”.

“Si hay tanto payaso con corbata dando las noticias, ¿por qué yo no?”, se defendería alguna vez *Brozo*, ante los cuestionamientos de su atrevimiento para informar a los demás. Algunos, lo consideran excesivamente vulgar, que abusa de su papel y fama, y para otros, es un crítico con bases, que dejó a un lado la visión del empresario o del sistema, para reforzar la del país y claro, para qué negarlo, captar más auditorio a una estación de radio.

Con *El Mañanero*, no se descubrió el hilo negro en la información, pero logró que el radioescucha participara en el juego noticioso, sin temor a equivocarse y quedar mal, porque usó un arma eficaz para hacer más directa y menos complicada la realidad: el humor. También hizo uso de la libertad de expresión, aunque para muchos no haya representado un noticiéro radiofónico en si, el informativo sí se convirtió en un punto de partida, para comentar la noticia y participar en el acontecer diario de México.

*Brozo* también hizo uso de las emociones para acercarse al público. Furia, tristeza, nostalgia, impotencia, placer, alegría y muchas otras manifestaciones del “feeling humano”, fueron expuestas por *Brozo* para que el público lo identificara como su vocero, a través del cuál, la gente diría lo que quisieran gritarle a los del poder. Este payaso, no sólo informó, si no que hizo crítica aguda al sistema, pidió justicia e imprimió pasión a sus acciones y buscó en la sinceridad, la llave al éxito.

El gran logro de *Brozo* en radio, fue el llamar a las cosas por su nombre, no rebuscar la información y mucho menos su crítica, y utilizar un lenguaje netamente coloquial, con términos exclusivos del mexicano. Destrozó el lenguaje radiofónico, es un hecho, pero también creó un nuevo lenguaje en radio, incorporó expresiones antes censuradas por las buenas costumbres y creó moda, paradójicamente no entre la gente de su edad, sino entre los jóvenes, que al tener acceso a los medios, comenzaron a hablar sin regla alguna o esquema social establecido. Se familiarizó con el auditorio y logró despertar en él, ese instinto de liberación ante el sistema y las injusticias del mismos.

*Brozo*, a través del *Mañanero*, le quitó diferencias socioeconómicas a la información, aunque también queda claro que, en este espacio, también se abordaban las noticias más jugosas y por lo tanto, las expectativas por saber a quien le pegaría con sus irónicos comentarios este personaje, extraído de lo más bajo de la sociedad; eran un atractivo para la gente. Fue como remover el morbo informativo y crítico del público. Se criticaba y burlaba con bases, pero lo más importante, era que el *Payaso Tenebroso* comenzaba, pero quien

complementaba y ponía punto final al comentario, era el auditorio. No había restricciones y aunque se respetaba el derecho de terceros, mientras se lograra jugar con las palabras y el caló mexicano, todo estaba permitido.

No sólo la broma es la opción. Sí, *El Mañanero* y *Brozo* innovaron en radio, informaron y divirtieron, pero es cierto que también hay que ser objetivos al escucharlo y reconocer que no es el superhéroe que México esperaba.

A mi parecer, lo que le faltó a este noticiero durante su etapa en radio, no fue crítica, que tenía mucha, sino réplica o contacto directo (entrevista en cabina) o vía telefónica, con los personajes implicados en el análisis mordaz de *Brozo*. Al recordar, de no ser Carlos Castillo Peraza (q.e.p.d.) o Porfirio Muñoz Ledo, a los que les encantaba la chacota y cuando iban al *Mañanero*, “aguantaban vara”, como se dice vulgarmente; ningún otro personaje de la vida política, social o cultural del país, fue con el *Payaso Tenebroso*, por restarle toda seriedad al noticiero; a diferencia de como ahora lo hacen, cuando ya está en *tele*, tiene mucho más proyección y es el consentido de Televisa; lo van a ver hasta para aclarar chismes sobre su vida pública.

Queda pendiente, entre otras cosas: la posición machista y misógina de *Brozo* ante la mujer, a la cual primero enmudeció y después, utilizó en su informativo como simple objeto sexual; para más tarde, debido a las críticas de varios grupos feministas, darle voz (sosa, pero voz al fin) a su ya no secretaria, sino ahora “Becaria”, a la cual, la cámara sigue recorriéndole su 90-60-90 corporal; así como la disminución en su crítica mordaz al sistema y todo aquello que, se pinta como bueno, pero que en el fondo siempre termina dañando al país, debido a una falta de réplica, por parte de sus tres colaboradores y porque “el tiempo en tele es oro” y si no se anuncian los patrocinadores, no hay ganancia. Además, todo por servir se acaba y el humor de *Brozo*, que en un principio fue lo que lo hizo brillar, ahora ha mermado su eficacia, la crítica ya no es tan ruda como en radio y el payaso que una vez fue

el más irreverente de todos, ahora ha doblado las manos y simplemente se ha puesto a las órdenes de su patrón.

En radio, el humor de *Brozo*, fue la novedad, escuchar sin ver, fue el reto y se logró, aunque ya la gente no tuvo que imaginarse al locutor. La crítica dura y la total participación del auditorio, fue lo primordial y mientras duró, no cansó a nadie. Se informó, eso está claro, pero de que se haya concientizado con lo dicho, está en duda. Diversión por las mañanas sí hubo y se explotó al máximo.

## **ENTREVISTAS**

(Realizadas por la autora de esta Tesis)

TRUJILLO, Víctor (Brozo). Radio ACIR, Febrero 1999

CABRERO, Luis. Oficina Radio ACIR, Octubre 5, 1998

CÓRDOBA LIMA, Elena. Oficina Radio ACIR, Octubre 5, 1998

FONSECA LAZCANO, Luis. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales – UNAM,  
Noviembre 4, 2003

RESÉNDIZ RODRÍGUEZ, Rafael. Oficina Coordinación de la Carrera de Ciencias de la  
Comunicación. F.C.P. Y S. – UNAM, Octubre 30, 2003

SANTOS, Edmundo. Oficina Radio ACIR, Octubre 7, 1998

JUÁREZ, Francisco. Vía telefónica, Noviembre – Diciembre 2002

## BIBLIOGRAFÍA

BALSEBRE, Armand. El lenguaje radiofónico. Ed. Catedra, España, 1994. 250 pags.

BOHMAN, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. Traduc. Alejandro Zenker. Ed. Alianza, México, 1989. 397 pags.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. 3ª ed. Ed. Juan Pablos. México, 1985. 330 pags.

GALVÁN CALCINO, José Felipe. Los felices del Alba. La primera década de la radiodifusión mexicana. Tesis Profesional. Universidad Nacional Autónoma de México – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México, 1975, 232 pags.

GONZÁLEZ ALONSO, Carlos. Principios básicos de comunicación. 2ª ed. Ed. Trillas. México, 1984. 96 pags.

KAGELMANN, H.J. y WENNINGER, Gerd. Psicología de los Medios de Comunicación. Manual de conceptos básicos. Traduc. Diorki. Ed. Herder. Barcelona, 1986, 398 pp.

LICONA PADILLA, María Leticia. La radio como alternativa pedagógica. Tesis Profesional. Universidad Nacional Autónoma de México – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México, 1995. 80 pags.

MAcBRIDE, Sean. Et al. Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Traduc. Eduardo L. Suárez. Ed. Fondo de Cultura Económica. México, 1988. 269 pags.

MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. El mensaje informativo (Periodismo en radio, tv y cine). Ed. A.T.E. España, 1997.

MARTÍNEZ GALICIA, Pablo. Las voces influyentes del cuadrante informativo. Tesis Profesional. Universidad Nacional Autónoma de México – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México, 1998. 157 pags.

McLUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Traduc. Ramón Pelazón. Ed. Diana. México, 1989. 443 pags.

PRADO, Emilio. Estructura de la información radiofónica: Textos de periodismo. Ed. Mitre. Barcelona, 1985. 107 pags.

## HEMEROGRAFIA

“El Mañanero. Entrevista con Víctor Trujillo”. Periódico El Nacional, 28 noviembre 1994, p. 14

GARCÍA Carrillo, Sandra Luz. “La Beba Galván: rehén de la lujuria”. Periódico El Nacional, p. 37

LÓPEZ, Rafael. “Una nueva voz de siglos en el cuadrante”. Revista Los Universitarios, No. 78, pp. 12 y 13

MERAZ, Carlos. “La radio debe ser gratuita”. Periódico Reforma, 25 octubre 1997, p. 3E

MUÑOZ, René. “Yo no me meto con el ‘Precizo’...porque la confianza da asco”. Revista Teleguía, del 16 al 22 de marzo del 2002, México, DF, p. 4

NOVO, Salvador. “Radio-conferencia sobre el radio”. Revista Los Universitarios, No. 78, p. 9

PÉREZ ALBARRAN, Jorge. “Para madrugadores. Víctor Trujillo estrena noticiero”. Periódico Novedades, 28 noviembre 1994, p. 1 (Espectáculos)

PRIETO, Francisco. “Función social de la radio”. Revista Mexicana de Comunicación, noviembre 1995 – enero 1996, pp. 7 y 8

“Quién es quién”. Revista La Radio, No. 5, verano – otoño 1997, p. 58

RODRÍGUEZ CETINA, Raúl. “Cuando la radio conmovió a México”. Periódico El Nacional, 10 enero 1993, p. 16

ROLON, Hugo. “La radio no tiene maquillaje”. Suplemento Magazzine. Periódico Reforma, 31 agosto 1997, p. 12

## PÁGINAS WEB

[www.canal100.com](http://www.canal100.com)

(Revista Telemundo, No. 66, Agosto 8 del 2002)

[www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/](http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/)

(FERNÁNDEZ, José Antonio. "Decidí irme a Televisa, porque coincidí con su nuevo rumbo de hacer televisión.")

[www.cvc.cervantes.es](http://www.cvc.cervantes.es)

(AURA, Alejandro. "Palabras vivas, palabras muertas: la radio creativa")

(BRAVO Raidi, Eli José. "La programación juvenil: ¿desfiguración del lenguaje?")

(LAMAS, Ernesto. "El uso del lenguaje en una radio ciudadana")

(ROMO, Cristina. "El lenguaje seductor de la radio")

[www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx)

(GÓMEZ Valero, Carlos e ISLAS Reyes, Laura. "No hay sintonía en la radio")

[www.jornada.unam.mx/2002/mar02/](http://www.jornada.unam.mx/2002/mar02/)

(BARTRA, Eli. "Brozo: tenebroso sexismo y violencia con las mujeres")

[www.jornada.unam.mx/2002/ene02](http://www.jornada.unam.mx/2002/ene02)

(CABALLERO, Jorge. "Nunca me habían mentado tanto la madre por e-mail, asegura Brozo", Sec. Espectáculos, 3 de enero del 2002)

[www.mileniosemanal.com/158/entrevistas](http://www.mileniosemanal.com/158/entrevistas)

(MAZA Bustamante, Verónica. “Lecciones de soberanía con Brozo”)

[www.ull.es/publicaciones/latina](http://www.ull.es/publicaciones/latina)

(AGUILAR Paz, Rubí, et al. “Apuntes para el estudio de la radio informativa en México. Radio, periodismo radiofónico, géneros de opinión”.)

**CUESTIONARIO**  
**Del noticiero chacotero "El Mañanero"**  
**(Realizado en Agosto de 1988)**

Edad:

Sexo:

Escolaridad:

Profesión:

1. ¿Con qué frecuencia escuchas radio?

- a) Todo el día
- b) A una hora en especial
- c) Muy poco
- d) Nunca

2. ¿Conociste el noticiero "El Mañanero" conducido por Brozo, en radio?

3. ¿Cuál es tu opinión sobre éste?

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

4. ¿Qué te llamó la atención de este noticiero?

- a) El conductor
- b) El formato
- c) Su contenido
- d) Otras

5. ¿Por qué comenzaste a escucharlo?

6. ¿Lo preferías sobre otros noticieros radiofónicos? SI NO  
¿Por qué?

7. ¿Crees que un personaje como Brozo, hacía más atractivo el noticiero? SI NO  
¿Por qué?

8. ¿Piensas que el formato del noticiero –de chocotear la noticia- permitía al radioescucha una mejor retención de la información? SI NO  
¿Por qué?

9. ¿Crees que estaba dirigido a un sector especial de la población? (Especifica cual)  
¿Por qué?

10. Si hubieras podido intervenir en su producción, ¿qué hubieras aportado a ésta?

## ANEXO 1

### ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA RADIO

(Cuadro cronológico del surgimiento de la Chimenea de Ensueños en México)\*

**Los 20** Se realizan importantes trabajos, encaminados a extender los nuevos medios de comunicación por la superficie nacional. Primero, se introdujo la **Radio-Telegrafía**, más tarde se puso en uso la **Radio-telefonía** y tiempo después, como la culminación de estas innovaciones, hizo su aparición la **Radiodifusión**.

**1921** El 27 de septiembre, el doctor Adolfo Enrique Gómez Fernández, realiza la primera transmisión radiofónica en la Ciudad de México.

**1922** Particulares, solicitan a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (asignadora estatal de las frecuencias de transmisión, concesiones y licencias, según Artículos 27 (de las Garantías Individuales) y 42 (de las partes integrantes de la Federación y el Territorio Nacional) de la Constitución, cenciones para el manejo de las ondas radiofónicas en el territorio mexicano. Lo que representa el surgimiento de los primeros radiodifusores en el país.

**1923** El año de la radiomanía. Surgen las primeras radiodifusoras en forma. La estación del Buen Tono, fue la primera en ganarle una nota al periódico, al transmitir en directo una pelea de box, desde Estados Unidos.

Se institucionaliza la radio

La unión de asociaciones como el Club Central Mexicano de Radio, el Centro de Ingenieros y la Liga Nacional de Radio, dan origen a la Liga Central Mexicana de Radio, que se convirtió en el primer antecedente de la actual Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión.

El presidente Álvaro Obregón, encarga a la Liga Central de Radio, la redacción de una iniciativa de Ley, la cual incorporó principal-

mente disposiciones técnicas del proyecto de la Liga, que en comparación a la primeras concesiones, dicho reglamento no contenía tantas obligaciones para los concesionarios frente al Estado.

**1930** Gracias a la unión del capital bancario e industrial, tanto mexicano como extranjero, comienza una nueva etapa en la estructura comercial de la radio y la televisión en México.

Emilio Azcárraga Vidaurreta, funda la XEW y con ella, surgen nuevas pautas para el desarrollo de la radiodifusión privada. Esta fecha, marca el inicio de un amplia participación directa de empresas norteamericanas dentro de la industria de la radio, así como una tendencia hacia la concentración de las nuevas cadenas de radio.

**1931** Comienza transmisiones la XEFO, radiodifusora del gobierno, con lectura de boletines oficiales, lo que provoca que no guste al público.

La CYE, le gana una primicia política a los periódicos: el asesinato de Álvaro Obregón, presidente electo en 1928.

**1934** Inicia el sexenio del general Lázaro Cárdenas (1934-1940) y con él, comienza la creación de nuevas medidas para contar con una política informativa más controlada por el Estado, para lo cual se hace uso de las emisoras pertenecientes o cercanas al gobierno, se crea el Departamento de Prensa, se funda el Monopolio del Papel (controlado por el Estado) y es creado el Departamento Autónomo de Propaganda y Publicidad (DAPP).

**1937** Surge en el cuadrante radiofónico un nuevo espacio para la radio cultural, cuando la Universidad Nacional Autónoma de México, inaugura su propia estación, *Radio UNAM*, surgida como otro modelo de comunicación por radio, dirigido a la educación.

Surge la Hora Nacional "La Hora de México", bajo el manejo de la Secretaría de Gobernación.

**1939** Durante el periodo de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), se profesionalizan los noticieros radiofónicos y dejan de ser simples vertientes de los periódicos.

- 1945** Existen 162 radioestaciones en México, de las cuales más o menos la mitad estaban ligadas a las redes norteamericanas CBS y NBC. Sin embargo, más tarde estas dos cadenas, ligadas a las estaciones XEQ y XEW respectivamente, fueron dejando paulatinamente de fundar estaciones radiofónicas ante la posibilidad próxima de instalaciones de televisión.
- 1951** El 21 de mayo, se funda la XEW-TV. Sin embargo, la influencia de la televisión en la vida del país, no es notoria sino hasta mediados de la década de los 50. A pesar del boom televisivo, el crecimiento de la industria de la radiodifusión continúa su camino; comienza a modificarse, desapareciendo poco a poco los programas populares.
- 1958** Comienza el gobierno de Adolfo López Mateos (1958-1964), que decide ejercer su dominio significativo y estable sobre la industria de la radio y la televisión, una *ley federal*, según la cual, "el espacio donde se propagan las ondas electromagnéticas es propiedad de la nación y por lo tanto será el Estado quien otorgue el permiso o la concesión para poder utilizarlas"; además de señalar los lineamientos generales que deberían seguir las programaciones, quedando con esto limitadas las prerrogativas de los industriales de radio y televisión.
- 1960** La participación del Estado, queda reducida a la administración jurídica de una industria en la que las decisiones sobre operación y contenido, correspondían al capital monopolista extranjero.
- El Estado, a través de la Ley Federal de Radio y Televisión, manifiesta su intención de participar, por primera vez y de forma reglamentaria, como emisor, con la limitación de hacerlo a través de los canales operados por la empresa privada.
- 1964** Inicia el sexenio de Gustavo Díaz Ordáz (1964-1970) y con él, aunque de forma precaria, el gobierno continúa ejerciendo control sobre la radio y la televisión a través de su papel de emisor.
- 1968** Surge la XEPP, Radio Educación, como un proyecto que retomó

lo creado en 1924 por José Vasconcelos, como parte de su cruzada alfabetizadora, buscando utilizar la radio para educar a las masas.

El gobierno propone el 25 por ciento del impuesto sobre las ganancias de los radiodifusores y empresarios de la televisión, con el objetivo de que el Estado tuviera una participación más activa por el uso de bienes del dominio de la Nación.

**1969** Debido al poder tanto económico, como político, del que ya gozaban los empresarios de radio y televisión, el 1 de julio logran que se publique un acuerdo por medio del cual, la Secretaría de Hacienda canjeaba el impuesto del 25 por ciento de los ingresos de las radiodifusoras comerciales (concesionadas), por el 12.5 por ciento pagaderos en especie, es decir, en tiempo cedido al Gobierno.

**1970** El sexenio de Luis Echeverría Álvarez, comienza (1970-1976) y llega el cambio, ya que se dispone no sólo la utilización del tiempo de programación de los canales comerciales, sino además la instalación de un canal de televisión estatal y varias estaciones de radio; además, del anuncio de una posible estatización de la industria de la radio y la televisión.

Se crea la Subsecretaría de Radiodifusión (supeditada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes), cuyo objetivo era otorgar concesiones y licencias, así como fomentar el acatamiento de la Ley Federal de Radio y Televisión, además de mantener el control político sobre la programación.

**1976** Comienza el gobierno de José López Portillo (1976-1982), se busca centralizar todo lo relacionado con los medios de comunicación, con lo cual, queda claro que éstos no eran vistos como vehículos portadores de cultura, información y entretenimiento, sino como medios de control político.

**1977** El 13 de enero, es creada la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

**1982** Da inicio el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988), se amplía la red estatal de radio y se da prioridad a las emisoras

gubernamentales, sobre las culturales.

**1983** Se forma por decreto, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), que comienza funciones con cuatro radiodifusoras en el DF, con el objetivo de brindar al auditorio nacional: cultura, información y entretenimiento. Una estrategia del gobierno, para ampliar sus medios de comunicación y a través de ellos, hacer campañas cívicas, educativas y culturales para el bien común.

**1985** La producción radiofónica decae de forma considerable, a tal grado que la gente prefiere escuchar música, que un programa hablado.

El cambio llega con el terremoto del 85, que entre otras cosas, ocasiona un caos informativo y por lo mismo, una imperiosa necesidad de saber qué era lo que estaba pasando en realidad; lo que provocó que la radio retomara el lugar tan importante que tenía dentro de la comunicación nacional.

La producción radifónica, hasta entonces estancada, se enfocó a la realización de programas de orientación, de información y de servicio social a la población, con el fin de crear conciencia cívica. Había una verdadera responsabilidad hacia los radioescuchas y hacia la tarea de cumplir con la función social de ayuda a la comunidad.

Otro hecho que intervino en la consolidación de la radio, fueron los comicios electorales de este año, para la sucesión presidencial, donde la radio tuvo una amplia participación. La población, se inclinó por un medio con apertura política, sin preferencias, con contenido de crítica y análisis más profundo y diverso.

**1988** Comienza el periodo presidencial de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), durante el cual, las estaciones radiofónicas comerciales, tienen un crecimiento de casi el 15 por ciento, al pasar de 868 (en 1989) a 1017 (en 1993).

**1990** En los 90, la radio da un giro importante hacia la apertura, o al menos hacia la búsqueda de formatos más atractivos y necesariamente más críticos. Esto fue en parte, resultado del incremento en el número de concesiones y la mayor competencia entre radiodifusoras y estaciones de radio en un contexto en el que la publicidad se movió hacia la televisión. Y en parte también, resultado de

una arena política crecientemente plural y competitiva.

**1993** A finales de este año, existen ya en el cuadrante radiofónico, 15 noticieros radiofónicos. Una competencia informativa que no sólo pretendía dar mejores servicios a los radioescuchas, sino también, fue la oportunidad de los empresarios de la radio, para lograr mayores ganancias económicas, a través de la publicidad insertada en los noticieros.

**1994** Comienza el sexenio de Ernesto Zedillo (1994-2000). Junto con el Desarrollo noticioso, también otros campos de la programación radiofónica se ven apoyados: programas infantiles, para mujeres, de música mexicana, entre otros; que dieron al cuadrante un nuevo contenido y diversidad para beneficio de los radioescuchas que estaban ávidos de cosas nuevas.

Dentro del panorama noticioso del cuadrante, sobresale *La Ensalada de Lechuga*, un noticiero diferente a los acostumbrados a escuchar, que posee un formato basado en el comentario, el chiste y el chisme; donde la noticia (sin perder su importancia), es "coteada" por los locutores que en su muy personal modo expresan su opinión sobre la misma, sin por ello llegar a la ofensa. Además de atractivo, este programa representa el antecedente a lo que tiempo después, sería *El Mañanero*, el noticiero chacotero, conducido por el payaso *Brozo* y que es el tema a analizar de esta tesis.

**1995** A finales de este año, existe una radio mucho más noticiosa y ansiosa de buscar la verdad, para lo cual, se abren más espacios de opinión y análisis por parte de diversas voces, que tiempo atrás, no hubieran podido expresarse libremente sobre los hechos que movían al país.

**1996** Por su función social dentro y hacia la sociedad, el gobierno propone para los medios de comunicación, la creación de su propio código de ética, sin la intervención del Estado, con el único fin de que los ataques, la información sin bases y la saturación de contenido sobre hechos violentos terminara y los medios volvieran a sus bases de comunicación objetiva y real.

Se cumplen 75 años, de la primera emisión radiofónica en México,

con la cual, el país inició el despliegue en su territorio de los medios de comunicación electrónica.

**1999** Hasta un año antes de finalizar el sexenio de Zedillo, la situación de los medios de comunicación, se caracteriza por una libertad de expresión y democracia.

**2001** Entre los meses de marzo y abril, la CFC, rechaza la fusión de Radiópolis y Grupo ACIR; argumentando que en México, los monopolios están prohibidos.

Se celebran 100 años del nacimiento de la radio en el mundo. En México, se celebran 80 años de haberse realizado la primera transmisión radiofónica.

**2002** Entre los meses de enero y febrero, el grupo PRISA, el consorcio de medios de comunicación más importante de España, adquiere el 50% de la empresa Radiópolis, propiedad de Televisa. Los objetivos de este acuerdo, serían: ampliar la cobertura y presencia de Radiópolis mediante un modelo de comunicación en cadena; fortalecer los contenidos de programación con la incorporación de nuevos locutores; desarrollar el sistema de radiofórmulas que la empresa española aplica con una cuota de audiencia de 80% y establecer la plataforma de lanzamiento para operaciones radiofónicas en el mercado hispano de Estados Unidos.

En el mes de noviembre, se reinstaló el Consejo de Radio y TV, como producto del nuevo Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. El organismo será presidido por el secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda, y como secretario técnico fungirá el director de RTC, Manuel Gómez Morín. Entre las funciones de dicho consejo están: recomendar las medidas convenientes para el buen funcionamiento de las estaciones de radio y televisión; realizar estudios, investigaciones y análisis que se consideren necesarios necesarios sobre los contenidos programáticos, y opinar sobre los criterios de clasificación que deberá emitir la Dirección General de RTC.

La radio comienza a incursionar en la red mundial. Algunas estaciones radiales, como Radio Fórmula, comienzan a meter sus ondas en el internet. Los servicios en línea comienzan a funcionar e incluso, el

usuario puede escuchar y ver su programa favorito, ahora por la web. La radio amplía sus horizontes y comienza su carrera a la par de los adelantos tecnológicos mundiales.

(\*) Información tomada de: BOHMAN, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México; FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México; GALVÁN Calcino, José Felipe. Los felices del Alba. La primera década de la radiodifusión mexicana; LICONA Padilla, María Leticia. La radio como alternativa pedagógica; LÓPEZ, Rafael. Una nueva voz de siglos en el cuadrante; RODRÍGUEZ Cetina, Raúl. Cuando la radio conmovió a México, y [www.fundaciónbuendia.org.mx](http://www.fundaciónbuendia.org.mx)

## ANEXO 2

### NIVELES DE CLASIFICACIÓN DE AUDIENCIA

\*ABC+ : ingreso mensual de 22 mil pesos en adelante; nivel educativo del jefe de familia, licenciatura o mayor; hogares, casas o departamentos de lujo propios; cuenta de cheques y tarjetas de crédito.

\*C : ingreso mensual de siete a 21 mil pesos; nivel educativo, preparatoria; hogares, casas o departamentos propios o rentados; con tarjetas de crédito nacionales.

\*D + : ingreso mensual de cuatro a seis mil pesos; nivel educativo, secundaria o primaria completa; hogares rentados o propios (viviendas de interés social), y cuentas de ahorros o tarjeta de débito.

\*D-E : 1°. Su ingreso mensual es de mil 500 a tres mil pesos; nivel educativo, primaria; hogares propios o rentados (interés social o rentas congeladas) y 2°. Su ingreso mensual menor de mil 500 pesos; nivel educativo, primaria; usualmente no poseen hogar propio, la mayoría de los hogares no tienen baño, ni drenaje (paracaidistas).

**Fuente:** "Descripción de niveles socioeconómicos". Comité de Niveles Socioeconómicos. Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión Pública (AMAI). México, DF agosto 1998