

Radio y buen humor. Dos experiencias en la radio latinoamericana: *La Luciérnaga* en Colombia y *El Weso* en México¹

Radio and humor. Two experiences in Latin American radio

La Luciérnaga in Colombia and El Weso in Mexico

VIRGINIA MEDINA ÁVILA²

Su objetivo es examinar la génesis y situación actual de dos programas humorísticos de crítica política en la radio latinoamericana: *La Luciérnaga* de Caracol Radio en Colombia y *El Weso* de W Radio en México, de la cadena hispanoamericana PRISA a través de la descripción detallada de ambos, el apoyo de teorías filosóficas y clínicas sobre la importancia del humor/risa, la parodia y su función terapéutica en la sociedad y los individuos. Además de describir cómo logran crear el “clima radial” propicio para motivar una mayor empatía con los oyentes.

PALABRAS CLAVE: Radio, humor/risa, PRISA, *La Luciérnaga*, *El Weso*.

The objective is to examine the origin and actual situation of two political satire shows in Latin America: La Luciérnaga of Caracol Radio in Colombia and El Weso of W Radio in Mexico, of the hispanic american network PRISA. Through the detailed description of both, the support of philosophical and clinical theories on the importance of make-smile humor, the parody and it's therapeutic role in the society and individuals. It also describes how to create the proper radio ambience suitable to generate more empathy with listeners.

KEY WORDS: Radio, laughter humor, PRISA, *La Luciérnaga*, *El Weso*.

¹ Artículo generado en el marco del Proyecto PAPIIT ID400412, “De todos la voz. El sueño sin hilos no ha finalizado” que financia la DGAPA de la UNAM.

² Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Correo electrónico: virginiamedinaavila9@gmail.com

Circuito Valle del Carmen No. 23, Loma de Valle escondido, C.P. 52930; Atizapán de Zaragoza, Estado de México.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6465-4543>.

Fecha de recepción: 21/07/2014. Aceptación: 25/07/2015

INTRODUCCIÓN

A lo largo de su historia la radio ha sido llamada “teatro del aire”, “telaraña magnética”, “ventana ciega”, “chimenea sin humo”. En los inicios del siglo XXI esa “invención antediluviana” diría Brecht (Bassets, 1981, pp. 48-61), sigue vigente ya que no pierde su esencia y está en búsqueda de constante renovación, pues, vislumbra, como señala Castells (2009), su cualidad de “conectar en red el lugar imaginado” (p. 96).

Por ser la radio el medio más personal, sigue como protagonista de la industria cultural con espacios de contenido tan variados como los programas cómico-humorísticos que destacan por su éxito de público y proliferan en las principales cadenas radiodifusoras de América Latina.

Su triunfo radica en que se basan en una de las piedras angulares de la estabilidad emocional y social: la risa. Ante todo, hay que reconocer, con Bergson (2008), “su función útil, que es una función social” (p. 15).

En la radio de hoy destacan programas basados en un género híbrido que recoge, en el caso mexicano, la herencia de *El Risómetro* con su elenco conformado por cómicos como Mister Kelly, Manuel Tamez Régulo y Pepe Ruiz Vélez; o los programas cómicos de Tin-Tán, Viruta y Capulina, Arturo Ernesto Manrique Elizondo, *Panzón Panseco*, Manolín y Shilinski, Régulo y Madaleno o Humberto Cahuich.

Con antecedentes de programas de “la otra radio”, así llamada por Cristina Romo, con programas como *El cine y la crítica* de Carlos Monsiváis en Radio UNAM, que devino en parodia de la vida cultural, social y política y *El valedor* de Tomás Mojarro. Mientras que en Radio Educación se programaron *La noche de un día difícil* de Alain Derbez (de jazz e ingredientes de parodia), y *Una costra porosa* sátira política de Olga Durón. En el caso argentino, figura como antecedente la entrañable *Doña Pola* de Nini Marshall, también *La escuelita de Doña Rita* en la radio colombiana, sin olvidar la *Tremenda corte con Tres patines* de la Cuba de Batista, que aún sigue dando de qué hablar.

Hoy las producciones de humor/risa han decantado en una mezcla de comentarios para las noticias, creación de personajes en situaciones cómico-humorísticas y crítica política. Aderezadas con música y canciones, son el reflejo de una sociedad más exigente y democrática. “El aire” necesitaba una dosis de humor/risa para mejorar la “digestión”

de los contenidos periodísticos habitualmente más duros, aquellos que forman parte esencial de la agenda cotidiana, “entre tanta noticia (de desastres, crímenes y subidas de precios), que haya un escape, una fuga, un poquito de alegría para el oyente”, afirma Ariel Tarico.³ “Porque la radio también es servicio y ese servicio implica no solo informar la temperatura y la humedad, sino también, a través del humor, brindarle una caricia al oyente” (Portugal & Yudchak, 2008, p. 62).

En estas condiciones, paradójicamente, de todos los momentos de radio, la comicidad es el ingrediente más serio, al que más respeto y atención le dedica el oyente. ¿Será porque la risa, como sabemos, es distensión, descarga?

De ahí que el presente artículo tenga como principal objetivo dilucidar a qué se debe el éxito de los programas de humor/risa que combinan noticias, canciones y crítica política en la radio de América Latina a partir de revisar dos ejemplos de éxito de audiencia: *La Luciérnaga*, de Caracol Radio en Colombia y *El Weso* de la W Radio en México. Dos propuestas que han sabido crear el clima radial propicio para acercarse a un público amplio, pues como en la agricultura, la creación de mensajes radiofónicos precisa de tiempo, espacio y temperatura favorable para cosechar frutos óptimos. Los programas estelares se ubican en el consorcio español grupo Promotora de Informaciones, Sociedad Anónima (PRISA) cuya expansión en América Latina les ha resultado por demás ventajosa en términos económicos y de liderazgo en la región.

Información de junio de 2013, anunciaba en la voz del presidente ejecutivo de PRISA, José Luis Cebrián que el grupo crecería todavía más (Agencia EFE, 2013). Al tiempo que reconocía que las radios latinoamericanas de PRISA suponían más de 60% de la facturación de la división y que Caracol Radio (Colombia) era, en términos absolutos, “más rentable” que la cadena SER en España.

³ Ariel Tarico es uno de los más exitosos exponentes del humor/risa en la radio argentina. Nacido en 1984, locutor nacional recibido en ETER (matrícula 8456) es humorista político, actor e imitador. Premio Martín Fierro a la mejor labor humorística en radio 2010 y 2011.

La Luciérnaga nació en 1992 y *El Weso* en 2005. Este último, porque PRISA se empeñó en difundir en México, una versión del género que había triunfado en la radio colombiana.

HUMOR/RISA, LO CÓMICO Y LA BURLA

El éxito de público que tienen estos programas se sustenta en la trascendencia del humor/risa para todos en sociedad. El sentido del buen humor, aquel que nos lleva a la risa, “es una cualidad de percepción que nos permite experimentar sosiego y felicidad aun cuando nos enfrentemos a la adversidad” (Riezu Ochoa, 2009). En su calidad terapéutica, Garanto Alós, en *Psicología del humor* (1983), lo caracteriza como un estado del individuo que lo equilibra para reírse hasta de sí mismo, con lo que la fatalidad es relativizada.

El buen humor de José Joaquín Fernández de Lizardi (1776-1827), “una bella persona utópica”, era un excelente recurso para llegar a todos los estratos sociales. Sostenía que el humor es sublime en tanto parte de un yo herido, una de cuyas máscaras ríe y la otra llora. El humorista es para *el pensador mexicano* un ave rara que jamás mira con desprecio las desdichas del género humano. Y si el humor se emplea con regular talento y algo de erudición, no como “risa imprudente”, resulta “un arma formidable que ayuda a curar enfermedades sociales” (Palazón Mayoral, 2000, pp. 16-17).

Más aún, si retomamos a Bergson (2008) veremos la razón que le asiste cuando afirma que la risa debe responder a determinadas exigencias de la vida en común, para el hombre definido como “animal que ríe” (p. 12) y “animal que hace reír” (p. 15), que saborea más lo cómico en compañía. Es —dice Bergson— como si la risa necesitara el eco.

Recordemos una escena de *La guerre du feu* (La guerra del fuego o En busca del fuego) (Annaud, 1981), película ambientada en la prehistoria europea que trata de la lucha por el control del fuego, donde se muestra una característica esencialmente humana: la risa. Vemos cómo funcionan los detonadores del humor/risa a partir de dos escenas donde una piedra golpea a los protagonistas en la cabeza y genera la risa de aquella mujer más “evolucionada”, más humana, con la esencia del

homo ridens. Ella hace gala de inteligencia abstracta, el sentido crítico y fantasía, y enseña a reír a los demás. Más precisamente, los hace ser conscientes de su capacidad de abstracción. Antes les había enseñado a producir fuego, algunas propiedades curativas de las plantas, a disfrutar del coito cara a cara, a escapar de sus captores. Pues, según Darío Fo, en la escala de la evolución humana el homo ridens es, sin duda, el más sutil, el más difícil de someter y embaucar.

QUE FALTE TODO MENOS LA RISA

Como elemento indisoluble a la esencia humana, el humor/risa ha formado parte de los contenidos de la programación radiofónica. Los humoristas continúan con la difícil labor de establecer con quienes escuchan la radio, ese vínculo maravilloso de complicidad y acompañamiento.

El humor/risa permite que el oyente preste atención, siga el desarrollo del argumento y por ello asimila el contenido conceptual, ya que fomenta la reflexión, al ofrecer conceptos de una forma que incite a la imaginación y a la creatividad. Pues, como afirma el psicólogo estadounidense May (1977), cuando destaca el rol de la imaginación y las emociones “debe ser la totalidad de nosotros la que comprenda, y no simplemente la razón” (p. 187).

Haye, que a su vez retoma a Echeto (s/f), destaca la dimensión de la vida cotidiana cuando el humor solo se apoya en ella para alterar o transgredir sus valores y sentidos.

El humor fractura o tuerce la trayectoria lineal de las cosas, dislocando el orden de los eventos o la naturalidad de las acciones gracias a la sorpresa, al chispazo que las nuevas relaciones semánticas generan en el espectador (Haye, 2004, p. 96).

Por otro lado, los formatos de géneros radiofónicos se caracterizan por su duración y estructura. Son contenidos distinguibles, aunque se recomienda no olvidar el consejo de Kaplún (1999), quien afirmó que “los formatos existen para ser aprovechados, pero también para ser reinventados”.

INFORMATIVO, RECREATIVO E INTERPRETATIVO Y DE OPINIÓN

Tres géneros, mismos que en los programas de humor/risa como *La Luciérnaga* y *El Weso* confluyen para reinventar un género híbrido o “generalista”, donde los profesionales de la radio recuperan iniciativa y laboriosidad, como señala Haye (2000), “procesando la información con criterios radiales; generando interpretación y análisis; elaborando nuevas formas (creativas) de entretención y recreación, superadoras de modelos limitados ... ” (p. 101), donde la figura del libretista (guionista) pone equilibrio en una realización liberada de la improvisación y repetición de los locutores o conductores de audiciones.

Todo lo que contribuye a crear ese clima radial de los programas escogidos será detallado a continuación, ya que si entendemos por clima radial el resultado de la interacción de diversos elementos como voz, música, efectos sonoros y silencios, aunados a relaciones de tiempo y ritmo, entonces veremos de qué manera son utilizados los recursos expresivos del lenguaje radiofónico para crear formatos que son del agrado del público. Seguramente, encontraremos que hay eficacia en su manejo.

En la primera parte de esta propuesta, se describirá *La Luciérnaga*, programa líder en Colombia, mismo que inicia con la canción tema a ritmo de salsa: *Con humor en el corazón, / la alegría crece / La Luciérnaga y su veracidad te va acompañar por el 2013* (Baja música a fondo y se pronuncia el eslogan). LOCUTOR: *La actualidad noticiosa, con una sonrisa.* (Empezamos) ...

LA LUCIÉRNAGA

En un viaje a Bogotá, Colombia, para realizar un estudio de campo acerca de *La Luciérnaga* de Radio Caracol, en junio de 2013, pudimos constatar la gran audiencia con la que cuenta el programa nacido el 2 de marzo de 1992, al igual que presenciar el proceso de creación de la emisión del 13 de junio.⁴

⁴ Entrevistamos a su titular Hernán Peláez Restrepo y al libretista principal, el sociólogo Jairo Chaparro.

El objetivo era conocer a los hacedores del programa que ha permanecido 21 años al aire –y contando–, y que sirvió como referente para crear *El Weso* en México. Fue como presenciar un circo de varias pistas pues se trabaja en un “desorden” coordinado para salir al aire con una mezcla de información, música y humor, donde trabajan no menos de 20 personas para hacer posible cada emisión de las 16:00 a las 19:00 horas.

El nacimiento de *La Luciérnaga* se inscribe en el gobierno de César Gaviria, el mismo día en que se inició el apagón por la emergencia eléctrica. El plan inicial era que a partir del 2 de marzo durante “dos horitas por tres mesecitos” y solo para sectores residenciales prevalecería un apagón. Tres días después, el gobierno anunciaba que el asunto era más grave y que aquel “inconveniente” podría durar un año. El 14 de marzo la restricción se extendía a las zonas industriales; hubo apagones hasta de ocho horas en Bogotá y el 1 de mayo de ese 1992, los relojes se adelantaron una hora hasta el 7 de febrero de 1993.

Fue así como el gerente general de Caracol Radio, Ricardo Alarcón Gaviria, intuyó la necesidad de ofrecer una respuesta a un hecho inédito que cambiaría la cotidianidad de los colombianos. El apagón les privaría de luz para leer, de televisión y de electrodomésticos.

Crecería el número de oyentes, por consiguiente debía crecer la oferta temática: más allá de “*la polémica en los deportes*, que es lo que Caracol había venido dando en los comienzos de las noches desde hace años” (Peláez & Rincón, 2012, p. 20), la radio (propiciada con aparatos alimentados por pilas alcalinas) quedaría como único medio para brindar esa compañía en medio de la oscuridad atenuada por la luz de las velas.

“Variedad. Música-historia-geografía-poesía-noticias-deporte. Y humor, humor, propusieron” (Peláez & Rincón, 2012, p. 20). Fue Eduardo Alexiades a quien se le ocurrió llamarlo como el insecto coleóptero, *Lampyrus noctialuca*. El libro *La Radio del Tercer Milenio: Caracol 50 años* da cuenta de ello:

La primera emisión de *La Luciérnaga* dio consejos de cómo regresar a las casas en medio del caos del apagón que dejaba sin semáforos las ciudades. Y cómo preparar alimentos en la emergencia. ... (contaba también con) algunas noticias, música, datos de geografía, de historia, poesía, uno que otro chiste, variedades ... (Pérez, Pérez & Castellanos, 1998).

Hernán Peláez Restrepo, experimentado comentarista de fútbol, fue elegido para encabezar y organizar la propuesta de humor-música-noticias que evolucionó hacia los comentarios críticos de la actualidad social y política, hasta decantar en la caricatura política.

La radio hablada en Colombia tenía su alto pico de audiencia a las 7:00 de la mañana, hasta que llegó *La Luciérnaga*. El programa prosperó, atrajo publicidad y superó el tiempo del apagón. Se decía que había sido lo mejor que dejó el gobierno de César Gaviria. “De una radio de preocupación, pasó a una de distracción” (Comunicación personal con Hernán Peláez, 2013, 13 de junio).

La Luciérnaga funcionó como catarsis. Resultó un desahogo por la conflictiva realidad de Colombia: iniciaba la apertura económica, el apagón se alargaba, se denunciaban irregularidades en lugar de responsabilizar del todo a la naturaleza. Pablo Escobar se fugó de la cárcel de La Catedral y todo el aparato judicial y político del país quedó en ridículo; la aplicación de la constitución de 1991 reveló una condición que se caricaturizaba: la tutela del Estado. También estaba el bipartidismo, la delincuencia común, el narcotráfico, las guerrillas, los secuestros, el paramilitarismo, los atentados, los problemas económicos.

El *Doctor*⁵ Peláez nació en Cali, Valle del Cauca, en 1943 y desde 1965 trabaja en radio, además de contar con el título de Ingeniero Químico. Con una gran habilidad para manejar talentos en diferentes ciudades del país en un mismo programa, como lo hiciera cuando dirigía *La polémica en los deportes*, en el que participaban 14 periodistas:

Yo no sé si *La Luciérnaga* es el programa más importante del país. Pero lo que sí sé es que el éxito y la razón de *La Luciérnaga* radican en no depender de personajes externos. No dependemos de entrevistas. Hacemos un

⁵ Denominativo usado en Colombia como muestra de respeto. Situación que podría ser motivo de un programa de *La Luciérnaga*. “La costumbre de llamar doctor a quien se pone corbata o refleja algún grado de influencia, sin duda, empezó en Bogotá hace unos cuantos años, pero se ha afianzado y generalizado en los 30 o 40 años recientes” (Ayala Vela, 2012).

programa de actualidad, hablamos del día a día. Siempre hay algo difícil y se soluciona. En más de veinte años hemos tenido por ahí dos demandas, de ir a la Fiscalía, pero nada más. Si se presenta algo, lo arreglamos (comunicación personal con Hernán Peláez, 2013, 13 de junio).

En marzo y junio del año 2012, el estudio de audiencia en Colombia, “Estudio Continuo de Audiencia de Radio” (ECAR), financiado por las empresas contratantes, señaló que entre las 4:00 de la tarde y 7:00 de la noche, de cada 100 radios, 14 estaban sintonizando *La Luciérnaga*, cuyos oyentes sumaban 816 mil, cifra muy superior a los 399 mil oyentes de la noticias de la mañana de RCN, en un horario en que el país, “no debería estar oyendo radio”. Y más, pues la encuesta no incluye a los oyentes de las selvas colombianas, o a los taxistas, por ejemplo, ya que ellos no son interrogados cuando están en sus autos.

Claudia Velasco, directora de Mercadeo de Caracol Radio, esgrime un argumento convincente sobre el éxito de *La Luciérnaga*. El programa tiene la virtud de darle a la cadena radial un oxígeno más democrático; a su decir el programa popularizó y rejuveneció la cadena: “al bajarle un punto al estrato al que Caracol se dirigía. Y eso amplió el núcleo de los oyentes y alejó a Caracol aún más de sus competidores” (Peláez & Rincón, 2012, p. 35).

La Luciérnaga dio inicio con el apagón de Gaviria, pero nació por una necesidad social. Como la necesidad de una olla de presión de encontrar un escape. El programa funcionó y sigue funcionando como un tanque de oxígeno para que la pesada realidad que se vive pueda ser digerida desde otro ángulo menos solemne y, sobre todo, menos trágico. Funciona como una pócima que detona la risa y hace más llevaderos los problemas que vive Colombia.

CÓMO DA FORMA *LA LUCIÉRNAGA* A SUS CREACIONES

La Luciérnaga es un programa de género híbrido con noticias, buen humor, música, parodia y crítica política, donde se mezcla información, opinión y entretenimiento, a partir de una estructura con secciones, tiempos medidos y la inclusión de publicidad.

*El elenco de La Luciérnaga*⁶

La producción del programa se logra a partir de un formato lleno de detalles con buen ritmo para mantener una duración de tres horas, con velocidad de crucero y variados humores —diría Héctor Rincón—, siempre con el guion o guía de contenidos del sociólogo Jairo Chaparro, llegado a *La Luciérnaga* en 1998.

Lo que yo hago es tomar los temas de actualidad en general (política, deporte, farándula), les quito la seriedad para contarlo e incluir nuestro punto de vista. Lo que busco, es desenmascarar la realidad (comunicación personal con Jairo Chaparro, 2013, 13 de junio).

No existe un libreto en el sentido literal del término. Es un boceto, pues no se lee línea por línea, por eso el programa resulta suelto y verosímil. Lo que hace Chaparro, junto con Juan Carlos Machado —libretista de Medellín, integrado en 2008— es un guion provisto de líneas temáticas para los músicos/compositores, los imitadores y las intervenciones del equipo de Medellín, Tuluá y Bogotá.

Chaparro y Machado mantienen comunicación constante para que no se les crucen los temas. Finalmente, ambos “tienen todo un país para libretear” (Patiño, 2011). Todo empieza temprano en Tuluá y Medellín donde preparan la agenda, Gustavo Álvarez Gardeazábal y Pascual Gaviria, respectivamente.

Antes de la emisión, el grupo “Revolcón” integrado desde 2005 por Juan Gonzalo Álvarez, *Chalo*, y los reyes de la trova Yedinson Ned Flórez, *Loquillo*, y Marco Aurelio Giraldo, *Corozo*, graban en el estudio. Escriben las letras y con un bajo, un teclado y una guitarra interpretan las canciones que vestirán musicalmente el programa.

⁶ Hernán Peláez Restrepo, Gustavo Álvarez Gardeazábal desde Tuluá. Pascual Gaviria desde Medellín, Claudia Morales, Alexandra Montoya, Pedro González (Don Jediondo), Juan Ricardo Lozano (Alerta), Óscar Monsalve (Risaloca), Nelson Polanía (Polilla), Fabio Daza (imitador), Andrés Sánchez (imitador), Jairo Chaparro (libretista), Juan Machado (libretista) y el Grupo Revolcón en Bogotá.

Con Hernán Peláez al frente, la transmisión se organiza con las intervenciones del equipo de Bogotá, quienes están enlazados para transmitir en directo con el de Tuluá, encabezados por el escritor y periodista Gustavo Álvarez Gardeazábal; además del equipo de Medellín encabezado por el periodista Pascual, *don Pascualito*, Gaviria. Son ellos quienes comentan los acontecimientos. Los humoristas llegan alrededor de las 4:00 de la tarde, minutos antes del inicio del programa. Reciben sus libretos y no tienen que entrar en grandes detalles sobre qué deben hacer.

En apoyo de la actualidad, acuden a las imitaciones coyunturales y las urgentes que cubren la necesidad de parodiar. Los imitadores de los protagonistas de la vida nacional son las estrellas en *La Luciérnaga*, pues no solo imitan las voces, sino las actitudes, porque en la imitación “la gracia no está solo en tener el oído afilado para memorizar cómo hablan, sino el cerebro abierto para entender cómo piensan” (Patiño, 2011, p. 39). En el programa ha habido imitadores como Guillermo Díaz Salamanca, quien durante 13 años imitó a 56 personajes –hasta que dejó de contarlos–, se trata de personajes reales o imaginarios bufos como “Gaviria”, “Samper”, “Uribe”, “Pastrana”, “Turbay”; “El mecánico, Seferino”, “El Baisano”, “Bolillo”, “Maturana”, “doña Maribucha”, “Rudolf Hommes”, entre muchos otros.

Alexandra Montoya, la única mujer humorista del elenco en todo este tiempo, tiene magníficas creaciones como: la política Dilian Francisca Toro, cosa maravillosa, diría su “María Emma”. Su debut fue hablar como Paola Turbay, siguieron Noemí, Marta Lucía Ramírez, Lina Moreno, Ingrid Betancur, Alicia Machado, dos o tres tipos de españolas, una chilena, una mexicana, “Florence Thomas”, la santandereana, dos paisas, la negrita del Pacífico y otras como Natalia París,⁷ quien relata que una vez pidió a un taxista que la llevara a alguna parte y él creyó haberla conocido por la voz como alguien de la radio: “¡Usted

⁷ Natalia París Gaviria, nacida en Medellín, Colombia en 1973. Modelo, empresaria, DJ y publicista. Una de las modelos más reconocidas en Colombia y propietaria de su propia marca de productos de cuidado personal que llevan su nombre.

es la de *La Luciérnaga*! –le dijo a la propia Natalia París, aturdida—” (Peláez & Rincón, 2012, p. 40).

Por su parte, Pedro Antonio González, *don Jediondo*, irreverente hasta con sus compañeros, deja palabras inconclusas que completa entre dientes y entre risas, interpreta a Pecos Castro, Roy Barreras, Héctor Elí Rojas, Felipe Zuleta, Gabriel Muñoz López, Julio Sánchez Cristo, Néstor Morales, María Mercedes Cuéllar, el profesor “Sutatán” y muchos más.

Nelson Polanía “Polilla” imita a “El Simpatías”, personaje inspirado en la creación del cómico mexicano Alejandro Suárez. “Polilla” también acude a “Topo Gigio” y a “Bugs Bunny”, que fueron sus primeras imitaciones. Luego vendría su “Jaime Bayly” que perfeccionó y sublimó en *La Luciérnaga*, como también el emblemático “cura Hoyos”, sumado a “Andrea Echeverry, Pacho Santos, Fernando Vallejo, Gustavo Petro, César Gaviria, Moreno de Caro y otros más que suelen concurrir al aire de *La Murciélagu*, como dice Charly García, otro de sus figurines” (Peláez & Rincón, 2012, p. 42).

Juan Ricardo Lozano, *Alerta* o *El cuenta huesos*, “cuenta chistes tan malos, que entre más malos le va mejor”, reconoce Hernán Peláez. Mientras que los enérgicos militares y el energúmeno “Vargas Lleras” son caracterizados por Fabio Daza, quien también da vida a Alfonso Gómez Méndez –de carcajada estruendosa–, lo mismo que al abogado vallenato Evelio Daza, su “Bolillo” Gómez, “Kiko” Barrios, el bobo Andrés Uriel Gallego y su Andrés Felipe Arias.

Está también Óscar Monsalve, *Risaloca*, quien cuenta chistes, canta e imita a Diomedes, Alonso Salazar, Juanes, Carlos Vives, Juan Gabriel, José María Aznar, Luis Carlos Restrepo, Asprilla, Martín de Francisco, Juan José Peláez y narra partidos como el paisita Múnica Eastman. Lo mismo Yedinson Ned Flórez, *Loquillo* quien además de cantar, tocar, componer las parodias junto con sus compañeros también está “al micrófono y es el oyente malencarado que llama a joder; la Karina que insulta porque ya no se llama Karina; el Lentuando que pregunta si está al aire, doctor; Sebas, el gomelo indolente e insolente” (Peláez & Rincón, 2012, p. 45).

Por su parte, Álvaro Gómez Zafra, caracteriza a Fernando Londoño y Néstor Pékerman –director técnico de la selección de fútbol colom-

biana que calificó al mundial de Brasil— de quien se dice que han visto cómo ríe cuando escucha cómo es imitado. Mientras que Andrés Sánchez, con su Leonel Álvarez coquetea con Alexandra Montoya, “china” como Sergio Fajardo y se le corta la llamada como a Murcia.

Otro ingrediente musical se da al inicio de los segmentos en cada hora. Se trata de melodías seleccionadas en cada emisión por Hernán Peláez de su “muertoteca” (pues todos los intérpretes han fallecido). La colección Peláez cuenta con 30 mil piezas e insiste en incluir fragmentos de las melodías, escogidas por él mismo de aquella fonoteca de la que él solamente tiene la llave de acceso para “homenajear a esos cantantes y mostrarlos a las generaciones actuales”, (comunicación personal con Hernán Peláez, 2013, 13 de junio).

Lo musicalmente sonado es clave en la estructura del programa, se da también con secciones fijas, como la del trovador Gabriel Muñoz López, quien pone el ambiente de “nochero de finca”, o la inclusión de músicos como Ley Martin desde Barranquilla en otro momento, y que ahora hace Vicente Moros para celebrar que es viernes.

Gabriel Chemas Escandón es el encargado del “no comentario” sobre deportes, pues siempre es interrumpido con un tumulto de voces o preguntas como: “¿Qué equipo fue el vencedor de *hockey subacuático* en Helsinki?”. “No sé”, se alcanza a oír.

La labor de todos los que están al aire es coordinada por la productora Viviana Echeverry, quien reconoce que en *La Luciérnaga* con el Doctor Peláez ha aprendido mucho más que en la Universidad Los Libertadores donde estudió Comunicación Social. Reparte libretos, organiza los horarios de los imitadores durante la semana, recibe las notas, las canciones pregrabadas. Sube el audio a Internet, contesta el teléfono, hace señas a través de los cristales en su asiento de vigía frente a la pantalla de la computadora, al tiempo que señala a don Jediondo que va a escena.

Por su parte, Carlos Orlando Rengifo Orejuela está al frente del máster. Experto en tecnología radiofónica es el responsable de mantener al aire el programa perfectamente coordinado entre Medellín, Bogotá y Tuluá, además de sostener una comunicación permanente con los de cabina: “vamos a comerciales”, “30 segundos y al aire”, “Tuluá y Medellín conectados”, “va Alexandra (Montoya)”, y propicia la “llama-

da telefónica” para que Cachaca externe su opinión “autorizada” sobre la actualidad nacional, lo que desespera hasta al Dr. Peláez.

Fin del programa

Dejaremos hasta aquí el espacio dedicado a *La Luciérnaga*, no sin antes retomar la opinión de Diana Durán, periodista de la sección judicial del periódico colombiano *El Espectador* y asidua oyente: “con tanto político olímpico transitando por nuestras calles y tanta ‘colombianada’ a flor de piel, sería una injusticia que *La Luciérnaga* no existiera” (Peláez & Rincón, 2012, p. 111).

Por esa amplitud democrática de la que habla la teoría de la transversalidad y porque acertó en el manejo de temas políticos en medio de la irritación social, a partir de crear un clima radial eficiente en el manejo de los recursos expresivos de la radio y el buen humor es que *La Luciérnaga* ha hecho reír a Colombia desde 1992.

UNA MANERA DE PENSAR LA REALIDAD: *EL WESO*

Entrada (Duración 00:02:10). Junio, 2014.

1 Locutora 1	<i>Advertencia en inglés</i>
(Martha Debayle)	<i>Warning: The following characters and situations of this program are political fiction, any resemblance to reality it's purely coincidental.</i>
2 OPERADOR	EFFECTO “MICRÓFONO 1” DISTORSIÓN SONIDO MICRO
	<i>Locutor 2 (interrupción)</i>
3 Locutor 2	<i>No Martha, en español por favor</i>
5 Locutora 1	<i>Ay hijole. Ahí va...</i>
4 OPERADOR	ENTRA FONDO “ALARMA”
5 Locutora 1	<i>Advertencia: Los personajes y situaciones de este programa son política ficción, cualquier parecido con la realidad es mera coincidencia.</i>
6 OPERADOR	ENTRA EFECTO “TRANSICIÓN INFANTIL” (NOTA: este efecto suena mientras la locutora habla)
7 OPERADOR	ENTRA XILÓFONO DISTINTIVO “XEW”

8 OPERADOR ENTRA CANCIÓN 1 DE ENTRADA

Si estás cansado y aburrido de este tránsito jodido y de noticias que no puedes tragar/Si andas como que no te hayas y vayas a donde vayas sientes que tú nunca vas a llegar/Si te corrieron del trabajo y te mandaron al carajo y en la bolsa tú no traes un peso.

Mejor préndele a tu radio, sintoniza W Radio antes que te corten el pescuezo/Tal vez primero va a doler pero después te va a gustar (ya, ya, que payaso)/Ya va a empezar el Weso, ya va a empezar el Weso, pasa por las orejas, ya va a empezar el Weso

Divertimos informando, informamos divirtiendo.

9 OPERADOR

**10 OPERADOR ENTRA EFECTO “APLAUSOS”, SE FUNDE “CANCIÓN 1”
CON “MINI SKIRT” DE JUAN GARCÍA ESQUIVEL
BAJA A FONDO Y DESAPARECE**

Con tono divertido, espontáneo, fresco, sin complicaciones, animado, enérgico y desinhibido, así irrumpe todas las tardes *El Weso*. Un programa de la radio mexicana, transmitido de lunes a viernes, de 17:00 a 20:00 horas con información basada en el humor y la caricatura política. Autodenominado en su página de Facebook “de corte político-satírico-social”, la competencia de *El Weso* se ubica en el bloque de programas noticiosos, transmitidos desde México, en la capital del país, de 17:00 a 22:00 horas.

Un dato revelador del carácter de la competencia, en los primeros años, es que *El Weso* tenía como principales competidores a José Cárdenas (Noticiero) de la Cadena Radio Fórmula y la programación musical de EXA FM del grupo MVS.

Según los *ratings* (IBOPE, 2014) de noticieros vespertino-nocturnos de radio, en marzo de 2014, IBOPE News Rating reportó que *El Weso* desplazaba a *Contraportada* del periodista Carlos Loret de Mola, en el 104.1 FM de Grupo Fórmula, segundo lugar en febrero, para colocarse dentro de los 10 noticiarios con mayor audiencia solo precedido por *La Red. Segunda emisión* de Radio Red, con Jesús Mendoza, en el 88.1 FM, de Grupo Radio Centro. El ranking de noti-

cieros vespertinos-nocturnos en la radio del tercer mes de 2014 estaba como sigue:

1. *La Red. Segunda emisión* de Radio Red (88.1 FM, Grupo Radio Centro), Jesús Mendoza.
2. *El Weso* de W Radio (96.9, XEW-FM, Televisa Radio/PRISA Radio), Enrique Hernández Alcázar.
3. *Noticias MVS, Tercera emisión* (102.5 FM, XHMVS, MVS Radio), Ezra Shabot.
4. *Paola Rojas en Fórmula* (104.1 FM, Grupo Fórmula), Paola Rojas.
5. *Contraportada* (104.1 FM, Grupo Fórmula), Carlos Loret de Mola.
6. *Hora Capital* (Reporte 98.5 FM, Grupo Imagen) Yuriria Sierra.
7. *José Cárdenas Informa* (103.3 FM, Grupo Fórmula) José Cárdenas.
8. *Revista Informativa Antena Radio*
9. (Horizonte 107.9 FM, Grupo Imer/ Radio Pública), Julieta Mendoza y Enrique Lazcano.
10. *Reporte 98.5 Tercera emisión* (98.5 FM, Grupo Imagen) Ciro Di Costanzo.
11. *Por la Tarde* (Radio 620 AM, Radiodifusores Asociados [RASA] Raymundo Cruz.

Nacido el 7 de noviembre de 2005, *El Weso* es considerado por el propio grupo al que pertenece, como “programa cabeza de la estación” junto con *El Mañanero*, *Martha Debayle* y *Pasión W*.

En su concepción intervinieron varios factores que decidieron su lanzamiento: a) la inquietud de tres de sus artífices: Enrique Hernández Alcázar, Alex Marín y Kall y Fernando Rivera Calderón, quienes en junio de 2005 decidieron llevar a cabo el proyecto y grabaron seis pilotos; b) la coyuntura política por la sucesión presidencial (2006-2012), y c) la decisión de la empresa, a través del colombiano Carlos Arturo Gallego —entonces vicepresidente de Programación y Contenidos de Televisa Radio— quien estaba convencido de que el programa tendría éxito. Su propósito era “crear un espacio de crítica periodística cuyo hilo conductor fuera el humor, herramienta característica de la cultura mexicana” (Gálvez, 2008, p. 110).

Con la apertura editorial de los medios al adoptar la crítica política en un clima de alternancia en el momento del proceso de sucesión presidencial mexicana, programas como *El Weso* no solo se hicieron necesarios; al mismo tiempo las empresas vieron que sus ingresos aumentaban, pues se convencieron de que hacer crítica política era rentable.

Sin ser una copia fiel de *La Luciérnaga*, el grupo de talentos encabezado por Hernández Alcázar lo mexicanizó. Lo que se trasladó fue la fórmula, pues cada versión tiene distinciones en personalidad, tono, *mood* o humor, velocidad y ritmo, así como el perfil de los radioescuchas.

En la visita que hice a Caracol Radio en Bogotá a *La Luciérnaga* en 2013, me percaté de cómo los chistes “simples” que cuenta —como diríamos en México de “Pepito”— Juan Ricardo Lozano, *Alerta o El cuenta huesos*, a los mexicanos no causan mucha gracia. Por otro lado, observé que hay otras diferencias muy marcadas: *La Luciérnaga* no hace entrevistas, mientras que el apoyo y las parodias musicales son grabadas previamente; en *El Weso* sí hay entrevistas a personalidades de diferentes ámbitos —según la oportunidad noticiosa— y la música es en vivo. Las parodias musicales se componen en tiempo récord durante la emisión en un alarde de creatividad y oportunidad noticiosa.

¿Por qué Weso?

Para entender como se ha delineado la personalidad del programa, debemos remitirnos al origen del nombre que finalmente se ha convertido en una marca fuerte: *Weso* (con W de XEW). Para ello retomemos las palabras de Fernando Rivera Calderón, que si bien las escribe para presentar el libro, *El País del WESO* (Rivera Calderón, 2008), retratan la esencia del programa: “verdadera radiografía de nuestra osteoporosis política nacional”. Por ello, prefieren reírse de los políticos incompetentes y llegar al “tuétano de nuestra *wesocracia*” ejerciendo la crítica.

Al tiempo de preguntar: “¿cómo combatir esta insana *wesocracia*?, ¿con qué arsenal criticar y debilitar a un sistema que roe los huesos de la patria con voracidad y que no piensa más que en su propia conveniencia?” Para responder con una simple afirmación: con un hueso. Recordemos 2001: *Odisea del Espacio* (Kubrick, 1968): “¿No fue un hueso la primera arma que el hombre usó?”. Finalmente, Rivera Calderón (2008) delinea los objetivos del mensaje:

Un programa radiofónico que divierte informando e informa divirtiendo y que pretende ser, de manera simultánea, el hueso prometido que nos permita tener algo para roer y evitar así la descalcificación de nuestros propios huesos, y también la quijada de burro con la que combatiremos la *Wesocracia* que día a día intenta tronarnos nuestros huesitos sin nuestro consentimiento ...

Herederos de los “cómicos de la lengua”, aquellos trashumantes de las carpas de principios de siglo XX, Enrique, Fernando y Marisol encabezan un grupo coral, que con lenguaje familiar, desbordante simpatía y creatividad expresan la inconformidad y el hartazgo populares frente al poder.

Enrique Hernández Alcázar, periodista fundador y comentarista de *El Weso*, es amante de las comedias musicales al grado de protagonizar obras en la preparatoria y en la universidad, e incluir algunas piezas adaptándolas a nuestra realidad en su show de *stand-up*.

Reconoce que la labor de comunicador radiofónico como él no debe ser la de un beato, si se equivoca, se ríe. Se presenta como un ser humano como cualquiera y eso le genera empatía. Porque más allá de una exclusiva noticiosa, lo que busca la gente es compañía e identificación con el que habla: “La gente allá afuera va hasta la madre con problemas de lana, con la esposa que ya se quiere ir, con el miedo cabrón por la violencia, hartos de la corrupción ...” (Rivera López, 2013, p. 44)

Temas y tratamientos eficaces para evitar la saturación del radioescucha y la repetición de contenidos, anteponiendo –como afirma Hernández Alcázar–, “la creatividad, la autocrítica y la constante transformación son claves para que el proyecto pueda renacer cada día. Con las anclas suficientes para que público siempre lo identifique” (Gálvez, 2008, p. 106).

La música en vivo es otro de los distintivos de *El Weso* –cuentan con piano en el estudio–, aunado a *sketches*, imitaciones, ironía, burla, albures, participación del público, “tertulia que, dice Marisol Gasé, combina la información del día, todo eso que nos duele tanto a todos, con la risa, el *axis mundi* (eje del mundo) de los seres humanos” (Gálvez, 2008, p. 46).

Gasé, actriz egresada del Centro Universitario de Teatro de la UNAM, ha realizado estudios de especialización de voz, cuerpo y dicción en The Royal Academy of Dramatic Art, en Londres. Dotada de grandes recursos escénicos, también ha tomado clases de canto y cabaret. Forma parte de la compañía “Las reinas chulas” donde también participa en la administración y programación de espectáculos en el teatro-bar “El vicio” de Coyoacán, México.

A lo largo de su existencia –pronto cumplirán nueve años en noviembre de 2014– como expresa Rivera Calderón con la irreverencia a flor de voz, cada tarde realizan un proceso químico, más bien mágico-alquímico: “tratamos de convertir la mierda política en algo que no huela tan mal. Para nosotros –agrega– la risa es sagrada” (Gálvez, 2008, p. 51).

El escritor y músico Fernando Rivera Calderón le da al *Weso* un plus. Su talento para la música, la composición y el inteligente humor que despliega lo han colocado como imprescindible de *El Weso*. Como suele decir Alejandro Marín y Kall, “ese wey tiene su culturita y su platiquita”.

A lo largo de más de 2 mil emisiones (junio de 2005 a junio de 2014), *El Weso* ha visto pasar un nutrido elenco. En junio de 2014, completaban la nómina:

- Daniel Guerra, guionista, imitador y co-conductor; Julio Ordóñez, músico y co-conductor; atiende también la *Webonmaster* (todo lo referente a las redes sociales), toca guitarra, batería, ukulele y piano eléctrico.
- Alejandro Marín y Kall, productor, guionista e imitador, voz en las cortinillas.
- Carlos de la Mora, coproductor, guionista e imitador.
- Eduardo Tornell, guionista e imitador.
- Salvador Zaragoza, coordinador de información y productor general.
- José Luis Bello, realizador.
- Miguel Pedroza, operador.

Enriquecido con la participación de colaboradores como Benito Taibo, Verónica Maza y Pilar Montes de Oca, Eduardo Limón (con “El dato inútil”) y “Anonymus” (que se logra a través del programa Loquendo), entre otros. Mientras que en el manejo de la información

cuentan con intervenciones de los reporteros y corresponsales de *Noticias W* en el resto del país y en diferentes partes del mundo, según amerite la agenda informativa.

Otras voces que colman el firmamento de *El Weso* son Eugenio López, narrador de las “Wesonovelas” y presentador de algunas secciones; Carlos de la Mora, quien también realiza promociones en espacios publicitarios fuera de los cortes comerciales; Rosana Villamar, en “Miércoles de Gangas” y el “Top Five” de *El Weso*, o Alejandra Teijeira, en la sección “La Hora Hazte”.

Son múltiples las secciones que han sido creadas para dotar de mayor atractivo a la producción, entre ellas: “Reto Palomazo”, “La Hora Hazte”, “El Weseador”, “Radiotaxi”, “Aunque usted... no lo quiera”, “Las Complacencias”, “Los Wesitos Informativos”, “Las mañanitas”, “*Anonymous* en *El Weso*”, “Las Señales del Apocalipsis”, “El Expicador”, “El mal del puerco” y muchas más. Sin olvidar aquel “Duende preguntón”, el cual a pesar de ya no salir al aire sigue siendo mencionado en sesiones de *focus group* realizadas por W Radio (comunicación personal con Hernández Alcázar, 2014, 3 de abril).

Los personajes parodiados, son múltiples y verosímiles. Cada integrante tiene un catálogo de imitaciones para aplicar según las circunstancias y oportunidad noticiosas.

Enrique Hernández Alcázar lo mismo puede ser “Enrique Pena Miento”, el secretario de “Gobernachong”, *el teacher* (Joaquín López Dóriga), *Joserra* (José Ramón Fernández); que Víctor Trujillo o *Brozo*, entre otros; Marisol Gasé encarna a la *ama* (de casa), la maestra “Elba Esther Gordilla”, “la Gaviota”, “Chayote Robles”, “Pachita” la computadora parlante, “la traductora”, “la Culichi”, “la Fresa”, Paulina Rubio, “Anahís”, la Chorreada de “Nosotros los proles”, “la Poli” y muchas otras caracterizaciones; Fernando Rivera Calderón, “Peje Manuel”, “Hugo Chévez”, “Nicolás Masduro”, por solo mencionar a algunos; Daniel Guerra, “Jovita, el Camello”, “el comandante Guerra”, “el Weseador”, “David Inflaitelson”, “Beatriz Pareces” y otros más; Carlos de la Mora, “El padre Chispa”, “Felipillo Calderón”, “Paty Chamoy”, “Origel”, “Fabiruchis”, “Perro Bermúdez”; Eduardo Tornell, “El expicador”, “Pepe el toro” en *Nosotros los proles*, “Resortín de la Resorte-*ra*”, “el Quijote” y “Presichente”.

Otras imitaciones de personajes célebres de todos los ámbitos: Jacobo Jaladovsky, Pato Donald, Piolín, Benito Bodoque, Pedro Picapiedra, Homero Simpson, Perro Bermúdaz, Témoc Blanco y un catálogo que venturosamente resulta casi interminable, como interminable se muestra la creatividad de ese grupo de talentosos profesionales de la radio mexicana que se caracteriza por ser gente de ideas jóvenes, dinámicas y con mucha energía. Versátiles, ya que son, periodistas, guionistas, actores, imitadores y músicos. Carismáticos, con buena estructura académica, facilidad de palabra y divertidos. Conocedores a fondo de los personajes y las situaciones actuales de la vida internacional y nacional de todos los ámbitos, especialmente de la política. Excelentes improvisadores con habilidad para redactar, ya que muchas de las secciones son elaboradas por ellos mismos.

Perfil del oyente y necesidades que satisface

Según estudios de mercado, los oyentes de la W se distinguen por: a) estar a la vanguardia del acontecer nacional e internacional; b) tener conocimiento de la política nacional e internacional; c) ser personas que opinan y discuten, y d) ser duros críticos de la situación social y política del país (Gálvez, 2008, p. 45). En lo que se refiere al nivel socioeconómico se compone así: A, B, C+ y C (Gálvez, 2008, p. 44).

En tanto a las necesidades que satisface, los estudios revelan que *El Weso* se consume porque informa, entretiene, divierte y acompaña. Su oferta es variada, pues combina generosamente información, buen humor, música y la opinión sin aislarse del contexto. Es un producto pionero y único en su género al cual sus oyentes son fieles, pues les permite opinar, al tiempo de mofarse de los malos gobernantes.

Fin de programa

El Weso es un programa puesto a prueba y escrutinio continuos a través de estudios de recepción con técnicas de focus group y los ratings. Las secciones y los personajes aparecen y son relevados en un constante proceso de renovación para no caer en la monotonía, además de identificar esos puntos fuertes para no desaprovecharlos. En *El Weso* nada se improvisa, aunque así lo parezca. Detrás de cada emisión hay una compleja labor de creación. De ahí su vigencia en la preferencia del público.

CONCLUSIONES

La popularidad de estos programas se inscribe en el ámbito de la noción de transversalidad que se conecta con el sentimiento generalizado de crisis que nos rodea.

Hasta donde sabemos, la transversalidad es un concepto que aparece con aceptación creciente en la denominada crisis de la modernidad. Corresponde, en consecuencia, a una demanda social correlacionada fuertemente con el sentimiento general de desencanto que se vive hoy día en torno a la ciencia, la democracia y los valores. En otras palabras, se demanda transversalidad sólo cuando hay conciencia (o percepción) de la ausencia de valores o cuando la legitimidad de éstos es frágil (De Toro, 2003, pp. 16-17).

El buen humor radiofónico como el practicado en *La Luciérnaga* y *El Weso* ha venido a ocupar un lugar de privilegio en la radio latinoamericana. Con una estrategia de creación y distribución de fórmulas exitosas como las descritas, el consorcio global PRISA, a junio de 2015, mantiene un crecimiento de 12.3% (“PRISA Resultados enero-junio”, 2015). Lo que también se verifica a través del Informe Anual.

Radio Caracol, con 2 123 000 oyentes, sigue siendo la cadena líder en Colombia y una de las más prestigiosas de América Latina. Caracol produce y distribuye hasta nueve líneas de programación en diferentes formatos de música y radio hablada, con 10 772 000 seguidores (ECAR julio/octubre 2013).

En el mercado de México, PRISA Radio opera a través de Radiópolis, participada al 50% por Televisa, y en la que PRISA Radio aporta su amplia experiencia en el negocio radiofónico. Radiópolis, a través de sus 117 emisoras, propias y afiliadas, distribuye cinco líneas de programación hablada y musical. Alcanza una audiencia de 1 396 562 (INRA Nov 2013, México, D.F.) seguidores diarios (PRISA, 2014).

Con el buen humor como ingrediente principal, ambas experiencias han propiciado releer ciertos sucesos a partir de propuestas que agudizan la mirada. A través de sus mensajes, establecen con los oyentes un acuerdo

de complicidad a fin de descalificar y cuestionar los valores de los poderosos. Con ello, la irritación y molestias sociales son encauzadas a través del humor. Y lo que es más, la participación del oyente es harto concentrada, ya que están en juego procesos autónomos de inferencia, deducción o argumentación con lo que se produce una suerte de catarsis colectiva.

Afirmamos, entonces, que son dos los factores esenciales y entrelazados que sustentan esta fórmula de éxito: por un lado, la necesidad de hallar un remanso a las turbulencias políticas que viven y sufren los colectivos sociales, robándoles la palabra de inconformidad de la boca y traduciéndola en el disfrute de la risa y el humor; y por otro, la detección de esta necesidad y su satisfacción como estrategia de rentabilidad económica por parte de consorcios mediáticos, en este caso, PRISA. Las decisiones tomadas por la empresa han permitido conjuntar el factor humano y el material para lanzar propuestas que en los casos estudiados, acoge gustoso el público.

Referencias bibliográficas

- Anaud, J. J. (Director). (1981). *La guerre du feu*. [Cinta cinematográfica]. Canadá/Francia: Astral Films/AMLF.
- Agencia EFE. (21 de junio de 2013). Grupo Prisa crecerá en América Latina: José Luis Cebrián. Recuperado el 21 de junio de 2013 de <https://mercadotecnia.portada-online.com/2013/06/21/grupo-prisa-crecera-en-america-latina-jose-luis-cebrian/>
- Ayala Vela, H. (2012, 13 de agosto). El síndrome de doctor. Portafolio. Recuperado el 12 de octubre de 2012 de <http://www.portafolio.co/columnistas/el-sindrome-doctor>
- Bassets, L. (1981). *De las ondas rojas a las radio libres. Textos para la historia de la radio*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Bergson, H. (2008). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- De Toro, A. (2013). Hacia una teoría de la cultura de la “hibridez” como sistema científico “transrelacional”, “transversal” y “transmedial”. Ibero-Amerikanisches-Forschungsseminar, Universität Leipzig. Recuperado el 31 de mayo de 2014 de http://home.uni-leipzig.de/detoro/wp-content/uploads/2014/03/Cultura_hibridez.pdf

- Echeto, R. (s/f). El arte de escribir radioteatros. Mecenaz. Recuperado el 21 de enero de 2015 de <http://www.cayomecenaz.com/mecenaz470.htm>
- Garanto Alós, J. (1983). *Psicología del humor*. Barcelona: Herder.
- Gálvez S., A. (2008). La Luciérnaga tiene forma de WESO. Programas La Luciérnaga y el WESO. Tesis de licenciatura no publicada. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Haye, R. (2000). *La radio del siglo XXI. Nuevas estéticas*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Centro de Integración, Comunicación Cultura y Sociedad/La Crujía.
- Haye, R. (2004). *El arte radiofónico. Algunas pistas sobre la constitución de su expresividad*. Buenos Aires: La Crujía.
- IBOPE. (2014). *IBOPE News Rating*. México: IBOPE AGB.
- Kaplún, M. (1999) Producción de programas de radio. (Ediciones CIESPAL, colección Intiyán). Quito: Editorial Quipus.
- Kubrick, S. (Director). (1981). *2001: Odisea del espacio*. [Cinta cinematográfica]. EUA/Inglaterra: Metro Goldwyn Meyer.
- May, R. (1977). *La valentía de crear*. Buenos Aires: Emecé Editores.
- Palazón Mayoral, M. R. (2000). *José Joaquín Fernández de Lizardi. El laberinto de la utopía. Una antología general*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Patiño, J. (2011, 16 de marzo). Así funciona La Luciérnaga. Don Juan (51). Recuperado de <http://www.revistadonjuan.com/interes/asnufunciona-lalucinornaga/9026654>
- Peláez, H. & Rincón, H. (2012). *La luciérnaga. 20 años de humor y realidad*. Bogotá: Caracol Radio/Aguilar.
- Pérez, Á., Pérez, G. & Castellanos, N. (1998). *La radio del tercer milenio. Caracol 50 años*. Bogotá, Colombia: Caracol Radio.
- Portugal, M. & Yudchak, H. (2008). *Hacer radio. Guía integral*. Buenos Aires: Editorial Galerna.
- PRISA Resultados enero-junio 2015. (2015, jueves 23 de julio). El Economista Recuperado el 2 de julio de <http://bit.ly/1OhN8Nk>
- Promotora de Informaciones, Sociedad Anónima-PRISA. (2002). Grupo PRISA, Informe anual 2002. Informe de Gestión Consolidado. Recuperado el 10 de noviembre de 2016 de http://212.166.70.17/upload/ficheros/cuentasanuales/memoria2001_es/cuentas/gestion.html

- Promotora de Informaciones, Sociedad Anónima-PRISA. (2014). Informe de Sostenibilidad. Informe Anual. Recuperado el 22 de agosto de 2015 de <http://bit.ly/1JTNzcu>
- Riezu Ochoa, M. I. (2009). Humor terapéutico. El humor risa y sonrisa (HRS) y su aplicación en las urgencias, emergencias y cuidados críticos. Recuperado el 10 de agosto de 2013 de <http://www.paginasenferurg.com/revistas/2009/diciembre/humorterapeutico.pdf>
- Rivera Calderón, F. (2008). El país del WESO. *Crónica.com.mx*. Recuperado el 13 de julio de 2010 de <http://www.cronica.com.mx/notas/2008/395146.html>
- Rivera López, O. (2013). Weseros, maestros del humor que salva. *Gente*, 76, 44.