

EL NORTE: CONFLICTOS DE FAMILIA

revista mexicana de COMUNICACIÓN

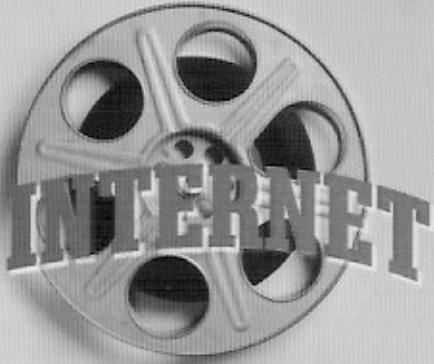
■ AÑO DIECINUEVE ■ NÚMERO CIENTO TRES ■ TREINTA PESOS

ISSN 0107-0100

EL 2006 en perspectiva AÑO DE INDEFINICIONES PARA LA RADIO

BATALLA POR LOS ACCESOS ■ MÁS CINTAS... POBRE TAQUILLA

TV: LA GRAN
GANADORA
SUBIBAJA EN INTERNET



■ Blogs: voceros de la sociedad civil

LOS GRANDES MAESTROS DEL PERIODISMO

LAPIDARIUM
POST MORTEM
RYSZARD
KAPUŚCINSKI

■ SUPLEMENTO BITÁCORA



Consejo Editorial: Gerardo Arreola, Francisco de Jesús Aceves, Alma Rosa Alva de la Selva, Guillermina Baena, José Luis Becerra, Virgilio Caballero, José Carreño Carlón, José Luis Esquivel, Javier Esteinou, Fátima Fernández Christlieb, Ricardo G. Ocampo, Carmen Gómez Mont, Javier González Rubio, Miguel Ángel Granados Chapa, Fernando Gutiérrez, José Luis Gutiérrez Espíndola, Octavio Islas, Felipe López Veneroni, Fernando Mejía Barquera, Humberto Musacchio, Raymundo Riva Palacio, Miguel Ángel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruiz, Beatriz Solís Lerey, Gabriel Sosa Plata, Florence Toussaint, Ernesto Villanueva.

Consejo Editorial Internacional:

Rafael Roncagliolo (Perú), José Marques de Melo (Brasil), Miguel de Moragas (España), Joaquín Sánchez (Colombia), Marcelino Bisbal (Venezuela), José Manuel de Pablos (España), Sergio Caletti (Argentina), Armand Mattelart (Bélgica), Benjamín Fernández Bogado (Paraguay), Mariano Cebrián (España).

Coordinadores del Consejo Editorial:
Octavio Islas / Gabriel Sosa Plata

Gerente Administrativa: Esperanza Narváez

Producción: Clara Narváez, Anay Romero, Israel Navarrete

Ilustraciones y Fotografía: Del Ángel, Antonio Soto, Cuartoscuro

Diseño de Portada:
Fernando Rodríguez



Presidente Honorario:

Miguel Ángel Sánchez de Armas

Presidente: Omar Raúl Martínez

Vicepresidenta: Esperanza Narváez Perafán

Unidad de Información: Alexandra N. Jiménez

Unidad de Internet: Martha Soto

Fondo Editorial: Clara Narváez, Abigail Cervantes

Proyectos Especiales: Roberto Barrios Gaxiola, Pilar Ramírez, Alfonso Yáñez, Fabiola Narváez

Unidad de Libertad de Expresión:

Verónica Trinidad Martínez, Raúl Velázquez

Asesores de Producción: Antonio Moreno, Adela Ávila, Hormidas Cobos (†)

Auxiliares de la Dirección: Jorge Jaramillo, Moisés Lerma

La Revista Mexicana de Comunicación es el órgano oficial de la Fundación Manuel Buendía, AC. La revista y la Fundación están integradas como observadoras al Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), a la Red Mexicana de Protección a Periodistas y Medios de Comunicación y a la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Ambas son miembros de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y del Instituto Internacional de Comunicaciones (IIC). Representadas en la Asociación Internacional de Investigadores de Comunicación de Masas. Revista Mexicana de Comunicación es una publicación bimestral editada por ECO Información SC. ISSN 0167-8190. Certificado de licitud de título 3390, de contenido 3221 y de reserva de uso de título 72-69. Raúl Martínez Sánchez editor responsable. Dirección: Guaymas 8-408, col. Roma, 06700, Del. Cuauhtémoc, México, D.F. Tel. 52 08 42 61. Impreso en los Talleres de Reproscán, SA de CV, Antonio Maura núm. 190, col. Moderna, 03510, Del. Benito Juárez, México, D.F. Tel. 55 90 99 32. Distribución: En locales cerrados de toda la República CITEM, Taxqueña 1798, México DF. Permiso de SEPOEMEX como publicación periódica núm. 048-0689; características 229541 409. No se responde por originales no solicitados. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la línea editorial de la revista. Se prohíbe la reproducción del contenido salvo citas para reserva.

revista mexicana de COMUNICACIÓN

15 La gran ganadora
Alma Rosa Alva de la Selva



16 La TV: ¿el gran elector?



20 Rupturas con la sociedad

24 Año de incertidumbre
Gabriel Sosa Plata

31 La batalla por los accesos
Francisco Vidal Bonifaz

38 Subibaja en la red
Octavio Islas

42 Más cintas... pobre taquilla
Marién Estrada

45 Avatares de la prensa
Omar Raúl Martínez

50 *El Norte*: Conflictos de familia
José Luis Esquivel

53 *Lapidarium Post Mortem*
Ryszard Kapuscinski



columnas

8 **Tesis, revistas y sitios**
Onda corta, prensa, globalización... / **Fabiola Narváez**



9 **Tecnología y sociedad**
China e India / **Carmen Gómez Mont**



10 **Biblioteca**
Mediocracia, Chiapas, transparencia... / **Verónica Trinidad M.**



12 **Mirador europeo**
Voceros de la sociedad civil / **Mariano Cebrián**



62 **Refugios periodísticos**
Grandes maestros del periodismo / **Jorge Meléndez**

En páginas centrales, busque el suplemento **Bitácora**
Visítenos en www.mexicanadecomunicacion.com.mx

La batalla por los accesos

La época actual es de convergencia y la batalla es por los accesos. Así, el mundo de las telecomunicaciones gira en torno a los servicios y los aparatos que permiten tener un mayor y más permanente contacto con los usuarios. Puertas cada día más grandes, es la divisa que también se está imponiendo en México, y en la búsqueda de esas alternativas, los enfrentamientos entre los participantes son recurrentes, y hasta altisonantes.

Francisco Vidal Bonifaz

El último día laborable de 2006, el viernes 29 de diciembre, fue elegido por los miembros de la Comisión de Telecomunicaciones de Estados Unidos (FCC, por sus siglas en inglés) para hacer uno de los anuncios más importantes de los últimos tiempos: finalmente se aceptaba la fusión entre AT&T y BellSouth.

Se cerraba así un largo proceso de negociación, en el que supuestamente se le impuso al nuevo monstruo diversas condiciones (entre otras, neutralidad en el uso de algunas de sus redes por parte de otros proveedores de servicios) para que pudiera operar. La fusión tiene un valor calculado de 86 mil millones de dólares y es la más importante en la historia de las telecomunicaciones de ese país.¹

La nueva empresa agrupa los siguientes accesos a los consumidores: *a) 58.7 millones de clientes de los servicios inalámbricos; b) 11.5 millones de líneas de banda ancha; c) 67.5 millones de líneas telefónicas, y d) operaciones en 149 países.*

Es importante recordar que en 1984 se decidió dividir a la vieja AT&T en siete empresas regionales de telefonía y una de larga distancia. Más de dos décadas después y como producto de las fusio-

nes sólo subsisten tres empresas: Verizon, Qwest y la nueva AT&T.²

El fin de año nos regaló, de esa manera, un fuerte exponente del nuevo mundo de las telecomunicaciones: monopolios que son capaces de conjuntar, en diversos territorios, varias redes para la entrega de contenidos a los usuarios finales.

El frente internacional

Más allá de la operación de AT&T y BellSouth, en el año que acaba de terminar resaltaron algunos hechos que vale la pena mencionar:

1) La pérdida de la supremacía financiera de la inglesa Vodafone, otrora la firma más valorada en el mundo y su reemplazo por China Mobile, lo que de paso expresa el enorme potencial que tendrá en el futuro el mercado del país asiático.³

2) La renovada supremacía de la nueva AT&T una vez que se difundan los números finales de la fusión.

3) Además de los problemas de Vodafone, Telecom Italia entró en una etapa crítica después de su fallido intento de reorganización que llevó a un enfrentamiento con el gobierno italiano y a la posterior renuncia del presidente de la compañía.⁴

4) La competencia por la búsqueda de una posición en los mercados asiáticos, especialmente en China e India, sobre todo por parte de las grandes empresas multinacionales.

5) La reorganización de estos conglomerados, como fue el caso de la fusión entre Telefónica y su filial Telefónica Móviles.

6) En el sector de la infraestructura de telecomunicaciones se registró la unión entre la francesa Alcatel y la estadounidense Lucent Technologies, dando pie a la creación de la segunda empresa más importante de su tipo en el planeta, sólo atrás de Cisco Systems.⁵

7) La rápida evolución hacia esquemas combinados de servicios voz, datos e imágenes, es decir, hacia la convergencia tecnológica.

Una parte de la guerra mundial se lleva a cabo en el frente de América Latina. Dos ejércitos, el de Slim y el de la española Telefónica, se confrontan para tomar mayores posiciones en la región.

Una de las tendencias más claras fue la continuada expansión de Teléfonos de México y América Móvil, lo que se puede apreciar en las siguientes operaciones:

Tabla 1
LAS 10 GRANDES OPERADORAS MUNDIALES
DE TELECOMUNICACIONES DURANTE 2005
Miles de millones de dólares

COMPAÑÍA	PAÍS	VENTAS	GANANCIAS	ACTIVOS
Nippon Tel. & Tel.	Japón	100.8	6.6	167.7
Deutsche Telekom	Alemania	78.5	6.3	146.3
Verizon Comm.	Estados Unidos	75.1	7.4	168.1
Vodafone	Reino Unido	64.5	-14.3	250.2
AT&T + BellSouth	Estados Unidos	64.4	8.1	202.2
France Telecom	Francia	58.0	6.8	116.2
Telefónica	España	41.1	3.9	73.6
Telecom Italia	Italia	37.2	4.0	100.9
BT Group	Reino Unido	35.2	3.4	51.0
Sprint Nextel	Estados Unidos	34.7	1.8	102.6

FUENTE: Elaborado con información de "The Forbes global 2000", disponible en http://www.forbes.com/2006/03/29/06f2k_worlds-largest-public-companies_land.html y Google Finance, disponible en <http://finance.google.com/finance>

Abril: América Móvil adquiere las filiales de Verizon en República Dominicana y Puerto Rico mediante el pago de dos mil 62 millones y 939 millones de dólares, respectivamente. Ambas empresas de telecomunicaciones son las más importantes en sus países.⁶

Asimismo, Telmex y América Móvil anuncian la compra de la participación de Verizon en la empresa venezolana CANTV. Las empresas pagaron 676.6 millones de dólares en efectivo. Las firmas de Slim suman una participación de 28.51% en la empresa venezolana, la mayor firma de telecomunicaciones del país y líder en telefonía fija y acceso a Internet.⁷

Agosto: Telmex compra a la argentina Ertach, proveedora de accesos inalámbricos a Internet, en 22.5 millones de dólares.⁸

Octubre: El mayor operador de televisión por cable de Brasil, Net Serviços, adquirió a su inmediato competidor, Vivax, en una operación de casi 680 millones de dólares. La empresa, de la que es accionista Telmex, tendrá ahora una participación de 45% de televisión de paga y de 87% del mercado de televisión por cable.⁹

Además, Telmex adquirió el control de 80% de Cobalt Publishing, empresa estadounidense editora de los directorios telefónicos *Enlace*. Telmex introducirá su concepto *Sección Amarilla* a ese mercado.

Noviembre: Telmex culmina con la oferta de compra de un remanente de las acciones de su filial brasileña Embratel.

Diciembre: Telmex adquiere a las empresas colombianas de televisión por cable TV Cable y Cable Pacífico. Añade 264 mil clientes a su base de operaciones en Colombia, donde ya era el controlador de Superview. Acumula 352 mil abonados que equivalen a 22.6% de los usuarios registrados. Ha desembolsado cerca de 300 millones de dólares para lograr esta posición.¹⁰

La diversificación de los negocios de Slim es más que necesaria, principalmente porque requiere contar con diversas fuentes de efectivo y evitar depender tan abiertamente del mercado mexicano.

Si desde 2005 México dejó de ser la principal fuente de ingreso para América Móviles, en 2006 se consolidó esta tendencia. Sin embargo, la aún modesta diversificación territorial de Telmex ha provocado que esta empresa dependa en casi tres cuartas partes (73%) de sus ingresos en el mercado nacional.

Visto en su conjunto, hasta septiembre de 2006, Slim obtenía 58% de sus ingresos por telecomunicaciones de México y el resto de América Latina, y esta proporción se irá volcando hacia los mercados latinoamericanos una vez que sus últimas adquisiciones se integren al balance de ambas empresas.

Así, el mercado de América parece ser prioritario para Slim pese a que en 2006 también adquirió una pequeña participación en Portugal Telecom (3.4%).¹¹

No obstante, fue precisamente en América Latina en donde Slim recibió uno de

sus descalabros más sonados, al no ser aceptada su oferta de compra de Colombia Telecommunicaciones, empresa que a la postre aceptó la oferta de 368 millones de dólares de la española Telefónica, por la mitad (51%) de las acciones de la misma.¹²

Adicionalmente, Telefónica adquirió 49% del tercer operador de televisión de paga en Brasil, TVA, que continúa bajo el control del Grupo Abril. El costo de la operación habría sumado 465 millones de dólares.¹³

Estas han sido las dos más importantes operaciones de Telefónica en el continente desde que anunció la compra de las filiales regionales de la estadounidense BellSouth, en octubre de 2004.

Y es que la irrupción de Telefónica en Inglaterra y Checoslovaquia ha provocado un viraje en sus prioridades, en especial hacia la Europa no española. De esta forma, sus nuevas adquisiciones –el Grupo O2¹⁴ y Cesky Telecom– aportan más de un quinta parte (22.5%) de sus ingresos no consolidados.

Bajo esta circunstancia, las telecomunicaciones de América Latina vivirán sujetas a dos fuerzas preponderantes: en primer lugar, la disputa que seguirá existiendo entre Telefónica y la dupla Telmex-América Móvil, sobre todo por penetrar en los pocos nuevos territorios en donde no lo han hecho, o adquiriendo firmas que todavía están en poder de otros grupos. A ese respecto habría que recordar varias aristas: Telecom Italia todavía tiene intereses en telefonía alámbrica y móvil de Argentina, Brasil y Paraguay; la sueca Millicom mantiene operaciones de telefonía celular en El Salvador, Guatemala, Honduras, Paraguay y Bolivia; la estadounidense NII Holdings –que opera la marca Nextel– ofrece una variante de la telefonía móvil en Argentina, Brasil, Chile, México y Perú. Y además, existen otros grupos de empresas con distintos tipos de inversionistas –entre los que destacan las propias empresas estatales de telecomunicaciones– que tienen todavía fuerte presencia en Uruguay, Costa Rica y Bolivia, por mencionar algunos países.

Los dos jugadores principales y los que les siguen, estarán sujetos a un continuo movimiento de reorganización, dentro del cual se previó la posibilidad de que Telecom Italia vendiera sus intereses celulares en Brasil. La importancia de la compañía es tal –controla la cuarta parte del mercado local de telefonía móvil–, que contrario a su costumbre, Slim elevó su propuesta de compra de ocho a 10 mil millones de dólares, lo que la convertiría en la segunda compra más importante de una empresa de América Latina en los úl-

Culiacán, en alianza con una empresa de telefonía, pero con la convergencia pretende hacerlo de forma directa.²⁹

Es muy probable que, en el corto plazo comiencen a registrarse acuerdos de fusión entre empresas de comunicaciones y de televisión de paga con el fin de enfrentar la nueva etapa de la convergencia.

Por si fuera poco, entró a la competencia la compañía que tiene la red pública más robusta del país. La Comisión Federal de Electricidad mereció una concesión para soportar en su red los servicios de voz y datos de terceras empresas (*carrier* de *carriers*) y así llegar a 80% de los hogares del país.

Esta última concesión, así como los reacomodos que se viven en la economía digital del país, son parte de la batalla por concentrar cada vez más accesos a los posibles consumidores de los servicios de telecomunicaciones.

Las empresas que logren mantener un mayor número de estos accesos podrán sobrevivir en esta nueva etapa de la competencia.

Conflictos recurrentes

La primera etapa del desarrollo de la convergencia tecnológica en el país, será recordada como la de la multiplicación de conflictos. Y no es casual: ahora se están definiendo las reglas institucionales que regirán el futuro de la convergencia y, por lo tanto, de las empresas que podrán entrar al nuevo mercado convergente, así como de las que buscan permanecer.

Una de las primeras batallas se libró en torno a lo que, a la postre, se bautizó como *Ley Televisa*, que en realidad entrañaron modificaciones a las leyes federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones.³⁰

Estas modificaciones –desde el punto de vista de algunos especialistas– *despojan al Estado de la rectoría en telecomunicaciones, consolidan el poder de grupos económicos dominantes, y debilitan a la Cofetel como órgano regulador.*³¹

En buena medida se trata de una serie de ajustes que permitirá a las empresas televisoras, en especial a Televisa, insertarse en el proceso de convergencia, incluso ofreciendo servicios de telecomunicaciones, con un régimen legal de excepción.

Pese a que el proceso de aprobación de las reformas fue accidentado y que finalmente se emitió el decreto pertinente en abril de 2006, un grupo de legisladores interpuso un recurso de inconstitucionalidad.

Tabla 3
INDICADORES DE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES

EMPRESAS	SEP-05	SEP-06	VARIACIÓN
NÚCLEO SLIM*			
Accesos (miles)	51,707	59,321	14.7%
Fijos (Telmex)	18,135	18,601	2.6%
Móviles (América Móvil)	33,572	40,720	21.3%
Ingresos (millones de pesos)	160,865	171,336	6.5%
Fijos (Telmex)	94,927	93,549	-1.5%
Móviles (América Móvil)	65,938	77,787	18.0%
Utilidades de operación (millones de pesos)	59,138	68,686	16.1%
Fijos (Telmex)	34,162	34,534	1.1%
Móviles (América Móvil)	24,976	34,152	36.7%
NEXTEL*			
Accesos (miles)	1,027	1,433	39.5%
Ingresos (millones de pesos)	7,904	10,516	33.1%
Utilidades de operación (millones de pesos)	2,658	3,310	24.5%
Telefónica Móviles*			
Accesos (miles)	5,977	7,443	24.5%
Ingresos (millones de pesos)	7,778	9,332	20.0%
Núcleo Salinas Pliego			
Accesos (miles)	3,095	3,290	6.3%
Móviles (Iusacell)	1,680	2,000	19.0%
Móviles (Unefon)	1,415	1,290	-8.8%
Ingresos (millones de pesos)	7,562	8,361	10.6%
Móviles (Iusacell)	4,467	5,614	25.7%
Móviles (Unefon)	3,095	2,747	-11.2%
Utilidades (millones de pesos)	827	2,949	256.6%
Móviles (Iusacell)	-1,246	2,972	
Móviles (Unefon)	2,073	-23	
AXTEL			
Accesos (miles)	567	733	29.2%
Ingresos (millones de pesos)	3,729	4,261	14.3%
Utilidades (millones de pesos)	211	132	-37.6%
ALESTRA			
Accesos (miles)	451	403	-10.6%
Ingresos (millones de pesos)	3,050	3,204	5.0%
Utilidades (millones de pesos)	10	-181	
CABLEMÁS			
Accesos (miles)	667	856	28.4%
Ingresos (millones de pesos)	1,304	1,680	28.8%
Utilidades (millones de pesos)	143	115	-19.4%
CABLEVISIÓN			
Accesos (miles)	406	476	17.0%
Ingresos (millones de pesos)	1,040	1,407	35.3%
Utilidades (millones de pesos)	70	234	233.6%
MAXCOM			
Accesos (miles)	199	256	28.5%
Ingresos (millones de pesos)	861	1,181	37.2%
Utilidades (millones de pesos)	-205	3	

* Son datos de sus operaciones en México.

FUENTE: Elaboración propia con información de las empresas y de la Bolsa Mexicana de Valores.

La CFC, por ejemplo, rechazó la oferta de compra que realizó Cablevisión –del Grupo Televisa– por una empresa homónima de Monterrey, y que es propiedad de Grupo Multimedios.³⁹

Esta operación hubiera consolidado la empresa de televisión por cable más grande del país y le hubiera brindado a Televisa la oportunidad de consolidar su presencia en el mercado convergente (voz, imagen y datos) de dos de las tres ciudades más importantes del país: México y Monterrey.

Pese a todo, no parecen existir motivos para pensar que se acabará la hegemonía de Telmex y Televisa, ni que el nuevo gobierno tenga la intención de romper con estas dos fuerzas que hegemonizan la convergencia en el país y que son los controladores más importantes de los accesos para distribuir voz, imágenes y datos.

RMC

Notas

- 1) "Compra AT&T a telefónica BellSouth por 86 mil mdd", en EFE, 29 de diciembre de 2006.
- 2) *The New York Times.com*, 30 de diciembre de 2006.
- 3) "Vodafone dethroned as cellular king", en *Telecom Web.com*, 15 de agosto de 2006.
- 4) *El País.com*, 16 de septiembre de 2006.
- 5) *Baquia.com*, 3 de abril de 2006.
- 6) *Invertia.com*, 3 de abril de 2006.
- 7) *El Universal* (Caracas), 4 de abril de 2006.
- 8) *Reforma*, 24 de agosto de 2006.
- 9) *Tele-semana*, 19 de octubre de 2006, vol. 13, núm. 157.
- 10) *El Tiempo.com*, diciembre 6 de 2006.
- 11) *AméricaEconomía.com*, 14 de agosto de 2006.
- 12) *El Universal*, 8 de abril de 2006.
- 13) *Tele-semana*, 2 de noviembre de 2006, vol. 13, núm. 159.
- 14) La operación por O2 fue tan importante que requirió un desembolso de 25 mil millones de euros por parte de Telefónica. "Británica O2 acepta oferta Telefónica S.A. en acuerdo millonario", en *EFE*, 31 de octubre de 2005.
- 15) *Reforma*, 15 de diciembre de 2006.
- 16) *Yahoo! Noticias México*, 3 de enero de 2007.
- 17) Comisión Federal de Telecomunicaciones, "Inversiones en la industria de telecomunicaciones", disponible en http://www.cofetel.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE_Inversiones_en_la_industria_de_telecomu
- 18) Véase el reporte del tercer trimestre del año 2006 enviado por Teléfonos de México a la Bolsa de Valores.
- 19) Ernesto Piedras, "El mercado móvil en números", en *The Competitive Intelligence Unit*.
- 20) *El Universal*, 22 de diciembre de 2005.
- 21) *El Universal*, 31 de julio de 2006.
- 22) Dow Jones, 26 de octubre de 2006.
- 23) *InfoSOL Financiero*, 6 de septiembre de 2006.
- 24) *Reforma*, 29 de septiembre de 2006.
- 25) "Mira Maxcom al Golfo", *Reforma*.
- 26) *Reuters*, 13 de diciembre de 2006.
- 27) *Invertia*, 7 de diciembre de 2006.
- 28) *Reforma*, 4 de diciembre de 2006.
- 29) *Ibidem*.

30) "Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión", en *Diario Oficial de la Federación*, 11 de abril de 2006.

31) *El Universal*, 17 de abril de 2006.

32) Véase al respecto: "Opinión de la Cofetel respecto a la Minuta de Decreto que reforma y adiciona a las LFTEL y LFRyTV", 15 de marzo de 2006, disponible en http://www.cofetel.gob.mx/cofetel/pleno/res_2006/MARZO/150306/P.EXT.150306.9.pdf.

33) *El Universal*, 27 de abril de 2006.

34) "Acuerdo de convergencia de servicios fijos de telefonía local y televisión y/o audio restringidos que se proporcionan a través de redes públicas alámbricas e inalámbricas", en *Diario Oficial de la Federación*, 3 de octubre de 2006.

35) *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 102, diciembre 2006-enero 2007.

36) *Terra.es*, 20 de diciembre de 2006.

37) *Tele-semana*, 21 de diciembre de 2006, vol. 13, núm. 166.

38) *La Jornada On Line*, 15 de diciembre de 2006.

39) *El Universal*, 13 de octubre de 2006.

NOVEDAD EDITORIAL



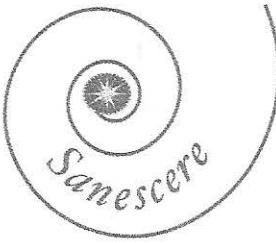
Escenas del periodismo mexicano es un libro que me hubiera gustado escribir, pues reúne seis episodios ocurridos en otros tantos diarios: El Universal, La Jornada, Excélsior, Unomásuno, El Financiero y Reforma. Lo que sorprende es la seriedad del trabajo, la cantidad de fuentes que la autora maneja con medida, la forma equilibrada de presentar las versiones diversas y hasta contradictorias. Es, para decirlo pronto, un libro indispensable para la gente del oficio periodístico, un acercamiento necesario a las miserias de la relación entre prensa y poder y un útil recordatorio de que no pocas derrotas sufrieron por el gremio tienen a los responsables en el gremio mismo.

Un libro sensacional que nos permite conocer algunas ramas de nuestro árbol genealógico.

HUMBERTO MUSACCHIO
Excélsior

BÚSQUELO EN LAS LIBRERÍAS:
Gandhi, El Sótano, El FCE,
Librería del Centro de Coyoacán,
y la Fundación Manuel Buendía.
Mayores informes: 5208 4261
fundacionbuendia@prodigy.net.mx
<http://www.fundacionbuendia.org.mx>

Economista y periodista. Director de Medios en Grupo Consultoría Estratégica. Correo electrónico: fj_vidal@yahoo.com.mx



Salud integral

Masajes
Aromaterapia
Reflexología
Lectura de Tarot
Musicoterapia

Abigail Araceli
Cervantes Cantero

Citas: 5613 2062
Cel.: 044 55 1513 2355
Atención a domicilio