

ESCÁNDALOS PERIODÍSTICOS

revista mexicana de

COMUNICACIÓN

ISSN 0187-8190

■ AÑO DIECIOCHO ■ NÚMERO NOVENTA Y OCHO ■ TREINTA PESOS

SU SEÑORÍA,
LA IMAGEN POLÍTICA

Ley Televisa: pobre en argumentos y base social

LA REFORMA QUE VINO DEL NORTE

■ DESAFÍOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MEDIOS PÚBLICOS ■ RETO EUROPEO AL BUSCADOR GOOGLE ■ ALCANCES DE LA CONTRARREFORMA ■ DIFERENTES CARAS DE LOS LEMAS ■ SENTIRES Y COMPROMISO DE BUENDÍA ■ DEL BROADCASTING AL PODCASTING ■ BITÁCORA DE RMC



7 52435 03400 5

Fundador-Editor: Miguel Ángel Sánchez de Armas

Director: Omar Raúl Martínez

Edición: Verónica Trinidad M.

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 Espindola, Octavio Islas, Felipe López Veneroni, Fernando Mejía Barquera, Humberto Musacchio, Raymundo Riva Palacio, Miguel Ángel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruiz, Beatriz Solís Leree, 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 / Ernesto Villanueva

Gerente Administrativa: Esperanza Narváez

Producción: Clara Narváez, Anay Romero, srael 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: Paola Casas

Unidad de Internet: Martha Soto

Fondo Editorial: Clara Narváez, Abigail Cervantes

Proyectos Especiales: Roberto Barrios Gaxiola,

Pilar Ramírez, Alfonso Yañez, Fabiola Narváez

Unidad de Libertad de Expresión:

Verónica Trinidad Martínez, Raúl Velázquez

Asesores de Producción: Antonio Moreno,

Adela Ávila, Hormisdas Cobos (t)

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 (ALAIIC) 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 0187-8190. Certificado de licitud de título 3390, de contenido 3221 y de reserva de uso de título 72-89. Raúl Martínez Sánchez editor responsable. Dirección: Guaymas 8-408, col. Roma, 06700, Del. Cuauhtémoc, México, DF. 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 SEPOMEX 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 reseña.

revista mexicana de COMUNICACIÓN

S U M A R I O

- 14
- 15
- 24
- 27
- 31
- 36
- 38
- 40
- 42
- 48
- 54
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12

Su señoría, la imagen política
Andrés Valdez Zepeda



Diferentes caras de los lemas

Fracaso del *marketing* político
Pablo Espinosa Vera



Sentires y compromisos de Buendía
Maricarmen Hernández

Desafíos para la construcción de medios públicos
Javier Esteinou Madrid

Medios de comunicación para y con los ciudadanos
Virgilio Caballero



Escándalos periodísticos
Miguel Ángel Sánchez de Armas

Una *Reforma* que vino del Norte
Cecilia González



Operación blindaje
José Luis Esquivel

Ley Televisa, pobre en argumentos y base social
Raúl Trejo Delarbre



Alcances de la contrarreforma
Alma Rosa Alva de la Selva



C O L U M N A S

Libreta de apuntes
Ley Televisa / Omar Raúl Martínez



Tecnología y sociedad
Del *broadcasting* al *podcasting* / Carmen Gómez Mont

Refugios periodísticos
De teatro y cerveza / Jorge Meléndez

Biblioteca
Semiótica, cyberperiodismo, técnicas... / Verónica Trinidad M.

Tesis, revistas y sitios
Periodismo, psicoanálisis, teorías... / Fabiola Narváez

Mirador europeo
Reto al buscador *Google* / Mariano Cebrián

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

Desafíos para la construcción de medios públicos

Para resolver los enormes problemas de la megaurbe de México, además de aplicar todas las acciones infraestructurales que se ejercen cotidianamente a nivel material, hoy día es necesario contar con medios de comunicación de servicio público dedicados a educar a la población para su desarrollo. Por ello ha llegado el momento histórico de crear el nuevo Sistema de Radio y Televisión para el Distrito Federal (SRyTVDF), cuyo objetivo sea contribuir a construir una nueva cultura para la sobrevivencia de la zona metropolitana y sus áreas conurbadas, y mediante esto, crear en los ciudadanos las condiciones mentales y las actitudes civilizatorias básicas para poder existir armónicamente en esta franja del territorio nacional.

Javier Esteinou Madrid

La Ciudad de México, con una población de aproximadamente 25 millones de personas distribuidas en una superficie de mil 500 kilómetros cuadrados, es la metrópoli más grande del mundo que experimenta los mayores conflictos urbanos del continente y quizás del planeta. Esta zona del país diariamente encara conflictos de abastecimiento de alimentos, dotación de agua, seguridad pública, tránsito, contaminación, surtimiento de electricidad, desempleo, crecimiento demográfico, invasiones urbanas, educación, alimentación, vivienda, concentración de basura, manifestaciones callejeras, incremento del stress, neurotización de la sociedad, que urge se resuelvan para conservar las condiciones de gobernabilidad.

Para solucionar los problemas que aquejan al Distrito Federal, los últimos gobiernos capitalinos han aplicado diversas acciones económicas, políticas, jurídicas, demográficas, ecológicas, fiscales, policíacas y viales, pero al no construir una cultura para la sobrevivencia del Valle de México, estas contradicciones han ido en aumento en tamaño y en diversidad, y en consecuencia, no se han podido re-

solver. Por ello, cada vez más, el Valle de México es una enorme bomba social con una mecha crecientemente más corta.

Ante dicha realidad caótica, debemos considerar que el crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles económicos, políticos, culturales, psíquicos y espirituales de la vida de los individuos y de las comunidades, a través de la satisfacción de sus necesidades básicas y secundarias,¹ es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos, dentro de los cuales, el detonador de todos esos elementos es la adquisición de conciencia sobre las realidades o problemas que se tienen que resolver para avanzar. Esto significa que para que se produzca un desarrollo material de la sociedad, antes de ejecutar acciones prácticas u operativas, se requiere generar un previo crecimiento mental de la misma. De lo contrario, no existen condiciones apropiadas para la gestación del desarrollo; el desenvolvimiento de los individuos, comunidades y regiones o de un país, parte de la evolución de su intelecto o conciencia amplia y no de la simple multiplicación pragmática de acciones materiales o administrativas externas.²

En tal sentido, la comunicación no es una variable independiente o aislada del desarrollo social como tradicionalmente lo han propuesto algunas visiones instrumentalistas de la modernidad tecnológica, que la entienden como la comunicación por la comunicación misma, sino que por el contrario: es un elemento central del desarrollo, sin el cual no se puede alcanzar el crecimiento humano y social.³

*La revolución más radical de una sociedad no se da con las grandes inversiones económicas, con los cambios de poder externo, con la incorporación de nuevas técnicas, con la imposición de nuevos modelos administrativos, con los grandes pactos internacionales, sino que se alcanza a partir del momento en que los individuos que la conforman modifican su concepción del hombre, del mundo y de la vida y la llevan a la práctica. La evolución profunda de una nación o comunidad empieza con su cambio cerebral y no con la simple mutación material de su entorno.*⁴

De esa forma, existe una relación totalmente proporcional entre el grado de conciencia obtenida por los sujetos y su aplicación, y el grado de desarrollo material

y social que alcanzan los grupos humanos: a mayor consolidación de la conciencia y de su puesta en práctica, mayor desarrollo social, y viceversa.

Si la adquisición de conciencia es la base del desarrollo, resulta necesario saber cómo se forma la conciencia. Podemos decir que el proceso de construcción de la conciencia individual y colectiva, no se da de manera lineal sino que el progreso del pensamiento surge del conocimiento (racional, afectivo y espiritual) que nuestros sentidos adquieren de la realidad y ello depende del grado de información veraz, amplia y oportuna que se recibe de ésta y de la manera como se procesa y asimila en nuestro interior. Por lo tanto, existe una relación directamente proporcional entre el tipo de información que se genera y distribuye —individual y socialmente— y la formación del tipo de conciencia, de cultura y de espíritu de cada persona y comunidad en cada ciclo histórico.

En síntesis: el hombre y la sociedad somos de lo que estamos informados y de lo que conocemos; y por lo tanto, el punto de partida del desarrollo o del subdesarrollo está en la mente y no en otra esfera de la sociedad. Así, los medios se convierten en instituciones básicas para la generación del conocimiento y para la participación ciudadana sobre los asuntos públicos del país. De esa forma, el manejo de la información se transforma en poder, pues de la adquisición de ésta se deriva la administración del conocimiento, y de éste emana el tipo de control y la naturaleza de participación de los sujetos y de la sociedad sobre su realidad.

Iniciativa cuestionada

Para resolver los enormes problemas de la megaurbe de México, además de aplicar todas las acciones infraestructurales que se ejercen cotidianamente a nivel material, hoy día es necesario contar con medios de comunicación de servicio público dedicados a educar a la población para su desarrollo. Por ello ha llegado el momento histórico de crear el nuevo Sistema de Radio y Televisión para el Distrito Federal (SRyTVDF), cuyo objetivo sea contribuir a construir una nueva cultura para la sobrevivencia de la zona metropolitana y sus áreas conurbadas, y mediante esto, crear en los ciudadanos las condiciones mentales y las actitudes civilizatorias básicas para poder existir armónicamente en esta franja del territorio nacional.

Para alcanzar el objetivo de educar para el desarrollo del área metropolitana, dicho sistema de información debe evitar, a toda costa, ser un instrumento de propaganda o ideologización del Presidente, el gobernador, el partido, los grupos o los funcionarios del gobierno en turno. Para crear esa nueva cultura para la sobrevivencia metropolitana es necesario fundar el SRyTVDF, como medios de comunicación de Estado, de servicio público, con estructura ciudadana, cuya principal acción sea producir permanentemente los niveles o mapas de conciencia mínimos que se requieren para resolver los grandes problemas que existen en la capital de la República Mexicana.

En el actual contexto de reforma al marco normativo de la radiodifusión y las telecomunicaciones nacionales, es muy im-

portante subrayar la estructura ciudadana que deben adoptar los nuevos medios electrónicos, pues en los tiempos comunicativos del Estado-Cero que vivimos a principios del siglo XXI, los representantes de los grandes monopolios privados de la radio y la televisión comercial controlan 88% de la estructura de comunicación electrónica de la República y su proyecto de contenidos está basado en la óptica de la información parasitaria (telebasura) y el triunfo de la *cultura idiota*. El sector privado oligopólico de la radiodifusión sostiene insistentemente que los medios de comunicación de servicio público deben desmantelarse, pues son onerosos para el erario federal y representan una competencia desleal para las empresas de comunicación comerciales. Respecto a la posibilidad de crear estos dos nuevos sistemas de información del Estado mexicano, el 24 de febrero del 2006, Marcelo Ebrard, candidato al gobierno del Distrito Federal, señaló:

No se quiere tener medios para promoverse a sí mismo, sino para ofrecer servicios al público; es decir, contar con una estación de radio y televisión propios y autónomos para el Distrito Federal, que no sean un anexo propagandístico del área de Comunicación Social del gobierno local, sino que sean un espacio donde se difundan temas de interés para los capitalinos y se promueva la expresión de la sociedad.⁵

Esta iniciativa desató en la prensa nacional críticas severas, irónicas, descalificadoras e intolerantes sobre su posible existencia. De esta forma, se difundió a la opinión pública que:

El deseo de los políticos mexicanos de controlar los medios de comunicación, o de tener sus propios medios para contrarrestar a los privados, no es nuevo. En los años setenta, Luis Echeverría arrebató el Canal 13 de televisión de la Ciudad de México a sus dueños privados; y con éste y otros canales en todo el país, construyó el sistema Imevisión, con dos cadenas nacionales. Lejos de quitarle a Televisa el monopolio de la televisión como pretendía, cavó un hoyo sin fondo en el que se perdieron miles de millones de pesos de los contribuyentes que se pudieran haber utilizado para mejores propósitos.

Ni siquiera en lo político se convirtió Imevisión en un contrapeso a la televisión privada. El propio gobierno prefería hacer sus anuncios importantes en Televisa porque, al igual que cualquier otro emisor de mensajes, quería llegar a un máximo posible de receptores. Imevisión, agobiada por los cambios de directores y por el peso de



Hace falta una televisión pública, que no esté al servicio del gobierno en turno.

Foto: Eduardo Miranda / Procesofoto.

su estructura burocrática, simplemente no podía ser competitiva.

En radio, el Gobierno Federal creó La Hora Nacional, que enlaza forzosamente a todas las emisoras del país, con el supuesto propósito de crear un momento de unidad de todos los mexicanos. Y efectivamente lo ha conseguido. A esa hora, puntualmente, quienquiera que esté escuchando radio en el país apaga el aparato. Y a pesar de que se transmite en miles de estaciones de radio a lo largo y ancho del país, no existe una sola persona que escuche la estación.

El Congreso no ha sido inmune a la tentación mediática. Inquietos los diputados y senadores por el desprecio en que los tienen los ciudadanos, no encontraron razón de esa actitud en su propia conducta y prefirieron —humanamente— culpar a los medios. Pensaron así que con la creación de su propio Canal del Congreso podrían mejorar su imagen y la comprensión de su labor entre los ciudadanos comunes y corrientes. Pero el Canal del Congreso padece del mismo mal que La Hora Nacional y todos los demás espacios estatales: falta de público. Un chiste muy socorrido en el ambiente periodístico es que sería más barato enviar los programas del Canal del Congreso por motociclista a todos sus televidentes que continuar pagando sus actuales costos.

El gobierno y el Congreso cuentan también para comunicar con los tiempos fiscales y de Estado en los medios privados, desde los cuales nos bombardean constantemente a los mexicanos. Los spots tratan de persuadirnos de que los políticos realmente se preocupan por nuestro bienestar; pero por falta de inventiva e iniciativa, resultan insulsos y confusos. Además, sus pautas se vuelven eternas y aburridas. Por eso, con el tiempo se convierten simplemente en parte del ambiente. Se emiten, pero no se ven ni se oyen; quitan el tiempo, pero no convencen. Son un desperdicio más de recursos del gobierno y de tiempo valioso en los medios de comunicación.

¿Cuántas veces hemos visto al presidente Fox diciéndonos que el país marcha a las mil maravillas? ¿Cuántas veces hemos escuchado todo lo que hacen los diputados y los senadores por nosotros? ¿De qué ha servido?

Pero ante la experiencia de tantas décadas, es difícil, si no imposible, creer dicha intención política, pues de hecho se señaló que una prioridad del Partido de la Revolución Democrática (PRD) es favorecer la televisión pública sobre la privada.

No hay político que haya resistido la tentación de utilizar cualquier medio a



Resulta peligroso que el gobierno gaste dinero en manejar medios de comunicación.

Foto: Ezequiel Leyva / Procesofoto.

su alcance para promoverse; ni Fox, ni López Obrador, ni ningún gobernador priísta están libres de culpa. Por otra parte, incluso, la labor social la hacen mejor los medios privados que los públicos. Si no, hay que ver los logros de programas como A Quien Corresponda, Movimiento Azteca o El Teletón.⁷

En un país con tantas necesidades como el nuestro es inaceptable que el gobierno gaste dinero en manejar medios de comunicación. De hecho, esto es incluso peligroso. Para lograr un buen equilibrio de poderes, la autoridad política debe estar separada de los medios. Una sociedad sana es aquella en que los periódicos, las revistas, la radio, la televisión y el internet son independientes del gobierno.⁸

El sistema de radio y televisión del DF

Por ello es fundamental crear un nuevo sistema de comunicación radiotelevisivo con naturaleza de medios de Estado de servicio público y con perspectiva ciudadana, cuyas funciones deben ser, entre otras, las siguientes:

1) Contribuir a colocar en el espacio público los intereses del Valle de México y de la Nación, por encima de los intereses particulares o de grupo, en el marco de la pluralidad democrática y la tolerancia.

2) Considerar a la información y al conocimiento de la realidad local y nacional como un bien y un derecho público, al que tienen derecho de acceder y ejercer todos los mexicanos, particularmente del área metropolitana.

3) Fomentar la difusión del análisis, la discusión y el debate de los problemas

regionales de la metrópoli y nacionales, para que la opinión pública se construya con plena libertad, investigación y tolerancia.

4) Construir ciudadanía para que la población conozca cuáles son sus derechos y deberes en la sociedad mexicana moderna, los ejecute y participe en la construcción del proyecto público de sociedad.

5) Contribuir al fortalecimiento educativo y cultural que requiere el avance de la zona metropolitana para lograr su sobrevivencia, fomentando el desarrollo de una cultura cívica y política de la sociedad en estas coordenadas geográficas del país.

6) Construir un vínculo entre el gobierno del Distrito Federal, los órganos que lo integran y los diversos sectores de la sociedad metropolitana, con el fin de que se establezca una mutua, sólida y fluida relación de información y acción entre las partes.

7) Promover la libre expresión de las ideas y fomentar un permanente debate ciudadano sobre los temas vinculados con el desarrollo del Valle de México.

8) Coadyuvar a difundir el pensamiento, la cultura, las ciencias y las artes en sus diversas manifestaciones, con el fin de impulsar el crecimiento material y humano de esta región del país.

Además de su naturaleza de medio de Estado de servicio público, el SRYTVDF debe tener una estructura eminentemente ciudadana, entendiéndolo por ello:

Promover la cultura democrática a través de la participación ciudadana, que ejerciendo su libertad de expresión y su derecho a la información, propon-

ga y realice contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación, que estimulen el conocimiento, el análisis y la solución de los asuntos de interés público, y ejecute la pluralidad informativa y refleje la diversidad compleja de los sectores que componen a la sociedad metropolitana.⁹

Para lograr lo anterior, el citado sistema deberá contar con un Consejo Ciudadano, que sea un órgano plural de representación social, conformado por once ciudadanos de amplio y reconocido prestigio profesional, en el campo de los medios de comunicación, particularmente de la radio y televisión, y posean un conocimiento amplio sobre los conflictos de crecimiento del Valle de México. El Consejo Ciudadano de dicho sistema deberá tener, entre otras, las siguientes atribuciones y responsabilidades:

a) Coadyuvar al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Radio y Televisión del Distrito Federal.

b) Colaborar a edificar una cultura orgánica para la sobrevivencia del Valle de México.

c) Sugerir mecanismos que vinculen a la sociedad metropolitana con dicho sistema.

d) Fungir como órgano de consulta hacia los sectores público, social y privado.

e) Promover la libertad, pluralidad, corresponsabilidad, calidad y rigor profesional en el desarrollo general del Sistema de Comunicación.

f) Presentar las sugerencias de la sociedad en materia de programación.

g) Contribuir a consolidar procesos de evaluación del desarrollo del citado sistema.

Comunicación inteligente

Con la estructura organizativa de medios de comunicación de Estado de servicio público y con perspectiva ciudadana, el SRYTVDF deberá crear, a través de su programación, una permanente *cultura orgánica* que contribuya a crear las condiciones psíquico-culturales para resolver las contradicciones de crecimiento de la Ciudad de México.

Esto requiere la creación de un nuevo proceso de educación y reeducación cotidiana de nuestras inteligencias y sentimientos para adquirir a través del SRYTVDF, mayores márgenes de claridad y sensibilidad colectivas sobre nuestras demandas de desarrollo y sus respectivas soluciones. Tenemos que pasar de aplicar un proyecto de comunicación *narcotizante* y fugaz que diariamente ejecuta el modelo de comunicación-mercado en México —que en el mejor de los casos



No hay político que se haya resistido a la tentación de utilizar cualquier medio para promoverse. Ninguno está libre de culpa.

Foto: Procesofoto.

informa espectacular y morbosamente sobre algunos hechos aislados, fragmentados y descontextualizados de nuestra realidad nacional— a instrumentar ahora un proyecto de comunicación inteligente que nos sensibilice sobre nuestras necesidades de desarrollo y movilice a la sociedad en cuanto a la superación de sus contradicciones de crecimiento. Ello implica producir para cada momento de nuestro crecimiento urbano una *ecoconciencia* vía los medios de información, que nos permita abrir nuestros horizontes de conocimientos y sentimientos individuales hacia una nueva macrovisión urbana que amplíe nuestros límites de lo posible y nos permita regresar al ciclo vital de la vida y de la naturaleza, del cual velozmente nos hemos alejado tanto, especialmente en la zona metropolitana.

Finalmente, sin la creación del SRYTVDF y su desempeño como medios de comunicación de Estado de servicio público, con orientación ciudadana, para construir la cultura de la sobrevivencia metropolitana, el Valle de México entrará, cada vez más, en una espiral de crisis de desarrollo más aguda que lo llevará a la *calcutización* social y que no se podrá resolver por las simples vías tradicionales para desactivar conflictos. Será desde el ámbito de la creación de una conciencia colectiva, desde los medios de difusión social y de la organización de las comunidades como podrán crearse las condiciones materiales básicas para la sobrevivencia humana en la capital de la República.

Notas

1) Pablo Casares Arrangois, "Preparación básica de la formación de recursos humanos en comunicación para el desarrollo", Segunda Reunión de Consulta, UNESCO-Universidad Iberoamericana (UIA), México D.F., 18 al 20 de mayo de 1987, p. 1. Conceptos definidos a partir de las ideas expuestas para el trabajo de grupo del proyecto en cuestión.

2) Javier Esteinou Madrid, "Hacia un modelo de comunicación sustentable", ponencia presentada en el Tercer Coloquio Nacional y Encuentro de Estudiantes: Comunicación, Cultura y Desarrollo, Prácticas, Discursos y Tecnología, Universidad Autónoma de Yucatán, Facultad de Ciencias Antropológicas, Mérida, Yucatán, 17 al 19 de noviembre de 2004.

3) *Ibidem*, p. 5.

4) *Ibidem*, p. 6.

5) "Ebrard quiere frecuencias de radio y televisión para el gobierno", en *El Universal*, 24 de febrero del 2006.

6) Sergio Sarmiento, "Medios libres", en *Reforma*, Jaque Mate, 24 de febrero de 2006.

7) *Idem*.

8) *Idem*.

9) "Misión, visión y objetivos de la XEQK: La radio de los ciudadanos", en *La radio de los ciudadanos a un año de su creación*, México, Instituto Mexicano de la Radio, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, 11 de marzo de 2003, pp. 51 y 52.

10) "Reglamento del Canal de Televisión del Congreso de la Unión", Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, México, D.F., 25 de abril de 2003, pp. 12 y 13.

11) *Idem*, pp. 11 y 12.

Profesor e investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Ponencia presentada en el Foro Democracia y Medios Públicos, que se llevó a cabo el pasado 16 de marzo en el Club de Periodistas.