

# TELEMUNDO

Entrevista con  
**Willy Sousa**  
director de las  
campañas de  
México y del  
Reino de  
Arabia Saudita



PRIMERA REVISTA ESPECIALIZADA PARA PROFESIONALES DEL CINE, EL VIDEO Y LA TELEVISION



 **Entrevista Exclusiva con  
Susana Zabaleta**  
**'Lo que más me  
gusta es provocar y  
el proceso para  
llegar al clímax'**

 **Sondeo entre publicistas**  
• ¿Por qué son tan admiradas las  
campañas de Coca-Cola, El Palacio y Corona?

 **Informes Especiales**  
• 3 Nuevas cámaras Panasonic  
• Nace la Fonoteca Nacional  
• Salta a la fama TVC  
• Adobe Creative Suite 4



## **DETRAS DE CAMARAS**

Industria Film produce campañas para México y Arabia Saudita. Dirige Willy Sousa

del martes 16 al viernes 19 de Junio  
 **Sección** WTC México 2009 **EXPO** CINE VIDEO TELEVISION  
EQUIPO PROFESIONAL

- Vista Spyder de Christie • Blast HD
- Rebotadores Photoflex
- Servidor Sony VSP-NS7 • Iluminación Dedolight
- Micro Body Pack de Shure

Revista Telemundo  
**17**  
Aniversario



Animación y  
Postproducción  
Imágica hace  
Dragonex Barcel



Reporte de tendencias: sube credibilidad de Aristegui y López-Dóriga. A la alza las novelas de Televisa





Año 18, N° 103 oct/nov 2008

**Director General  
y Editor**

José Antonio Fernández F.  
joseantonio@canal100.com.mx

**Coordinadora de Edición y Diseño**

Lucrecia Suyín Méndez González  
lucrecia@canal100.com.mx

**Colaboraciones Especiales**

Guillermo Montemayor G.,  
Martha Ramírez, José Rodríguez

**Consultor de Nuevas Tecnologías**

Rodrigo Gutiérrez Fernández  
rodrigo@canal100.com.mx

**Colaboradores**

Humberto Aguinaga, Álvaro Cueva,  
Javier Esteinou, Juan Farre, Fátima Fernández,  
Leonardo García Tsao, Goverra, Carlos Gómez  
Chico, Adriana Nolasco, Juan Ibarquengoitia,  
Susana Jaliffe, Manolo, Benjamín Méndez,  
Enrique Quintero, Florence Toussaint.

**Coordinadora Administrativa**

Socorro García Bonilla  
socorro@canal100.com.mx

**Coordinador Distribución,  
Tráfico y Archivo**

Víctor Manuel Mendoza Paredes  
victor@canal100.com.mx

**Coordinadora de Eventos y  
Desarrollo de Diseño**

Patricia D. Morales Hernández  
patricia@canal100.com.mx

**Asistente Distribución, Tráfico y Archivo**

Martín Rogelio Anzures Pérez

**Fotografía**

Víctor Manuel Mendoza Paredes y  
Rocío Magaña

**Negativos: Graphic Solution**

Telemundo, Primera Revista especializada para Profesionales del cine, el video y la televisión, es una publicación de Creatividad en Imagen, S.A. de C.V. Tiraje: 9 mil ejemplares. Precio por ejemplar \$40.00 M.N. Registro ante la Dirección General de Derechos de Autor N° 184-92. Certificado de Licitud de Título N° 6158 y Certificado de Licitud de Contenido N° 4731, otorgados por la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Publicación periódica, Permiso Provisional autorizado por SEPOMEX PP09-0106 Derechos Reservados. No se devuelven materiales. Los anuncios son responsabilidad de la compañía que los firma. Impreso en MBM Impresora, Mirador 77, Tepepan. Domicilio Revista Telemundo: Calle Plutón Mz. E.Lt. 3 PH, Col. Media Luna, Coyoacán C.P. 04737, México, D.F.

**Publicidad y Suscripciones**

Tel.: 5528 6050 Fax: 5528 8631 canal100@canal100.com.mx

La Revista Telemundo **no** acepta Publirreportajes.

Nuestra búsqueda constante es ofrecer contenidos de vanguardia a nuestros lectores.

**Reporte de tendencias: Son líderes López-Dóriga, Aristegui, Consuelo Duval . Pág. 54**

**Hombres y Mujeres en Primer Plano** pág. 40

**Entrevista con Willy Sousa** pág. 44

10	Editorial	¡Aja, Toro!
12	Pantallas y Comercialización	Columna vertebral publicitaria...
14	Expo	Iluminación Dedolight Procesador Christie ...
20	Entrevista	Susana Zabaleta
28	Información Estratégica	Toma una buena decisión...
30	Informe Especial	3 Nuevas cámaras de Panasonic
38	La Colección de Leonardo García Tsao	Las diez mejores películas Musicales...
50	Nuevas Tecnologías	La historia de la máquina increíble
58	Animación y Postproducción	Imágica hace Dragonex Barcel
60	Informe Especial	Nace la Fonoteca Nacional
64	Informe Especial	Salta a la fama TVC
66	Informe Especial	Adobe Creative Suite 4...
70	Detrás de Cámaras	Industria Films produce campaña de México y Arabia Saudita
72	Sondeo de Opinión	¿Porqué son tan admiradas las campañas de Coca-Cola, El Palacio de Hierro y Coron...
74	Hombres y Mujeres	Ricardo Salinas tiene que ...
76	TV Cantropus	por Goverra



# Las ganancias comunicativas de la Reforma Electoral

Los desafíos de la comunicación por el Dr. Javier Esteinou Madrid (jesteinou@gmail.com)

(Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.)

Con la aprobación de la Reforma Electoral el 12 de septiembre del 2007 en el Congreso de la Unión, el Estado mexicano formuló nuevas reglas para la realización de la comunicación política nacional que fijaron límites constitucionales precisos a la acción de los poderes fácticos comunicativos en el país. Ello creó una nueva coyuntura histórica para la edificación de un moderno proceso de difusión política que produjo, entre otras, las siguientes 9 ganancias generales en el ámbito comunicativo para la sociedad mexicana.

1.- Se creó un nuevo modelo de comunicación político que expulsó a los intereses fácticos mediáticos de los procesos electorales. De esta forma, las dinámicas electorales se liberaron del “dinero oculto” y de la presión que imponían los monopolios mediáticos de la información masiva a la clase política. Con dicha acción los partidos dejaron de “vender su alma al diablo”, con tal de conseguir recursos para financiar sus campañas.

2.- Se redujeron las campañas presidenciales de 186 días a sólo 90 días (50 %) con lo cual se logró un ahorro para el erario de más de 3,000 millones de pesos que representaban el oneroso costo de las campañas políticas en etapas de sucesión presidencial. Hay que recordar que hasta antes de la instauración de la Reforma Electoral, las campañas políticas en México eran las más caras del mundo.

3.- Ni partidos, ni terceras personas podrán contratar propaganda en radio y televisión. Sin embargo, dicho precepto normativo actualmente se encuentra bajo amparo jurídico esperando la resolución definitiva de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

4.- Se dispuso de los tiempos de Estado (Tiempos Oficiales) para la difusión de la propaganda de los partidos, lo cual significa que ya no se deberán emplearán los tiempos comerciales para estos fines.

5.- El Instituto Federal Electoral (IFE) será la única autoridad que distribuirá los tiempos oficiales entre los partidos.

6.- Se prohibió realizar las “campañas negras” o los recursos para denigrar al adversario.

7.- Se impidió la propaganda gubernamental durante las campañas electorales.

8.- En el supuesto que violen las leyes electorales el IFE ordenará la inmediata cancelación de las transmisiones de radio y televisión.

9.- Se elevó a rango constitucional el Derecho de Réplica a favor de los ciudadanos.

Sin embargo, ante la modificación de las viejas reglas por parte del Poder Legislativo para generar la nueva comunicación política en México, los concesionarios privados de los medios electrónicos se sintieron amenazados de perder los grandes negocios que realizaban desde hace décadas a partir de la manipulación de las campañas electorales y se organizaron corporativamente a través de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión para desatar una brutal campaña mediática con el fin de desprestigiar al Congreso de la Unión y presionar al Estado para intentar anular la aprobación de la Reforma Electoral.

Es por ello, que ahora los Poderes Públicos de la República, especialmente el Congreso de la Unión, cuentan con las herramientas jurídicas que les permite decidir ante la disyuntiva histórica si aceptan caminar en los próximos años hacia un proyecto de sociedad regido por la cabeza mediática despótica autoritaria de los oligopolios comunicativos privados que se han formado en nuestro país, o deciden avanzar hacia un proyecto de sociedad dirigido por la rectoría de un moderno Estado Nación Comunicativo, reformado por la creación de un nuevo pacto normativo federal de equilibrio comunicativo entre medios, Estado y sociedad ■