

TELEMUNDO

Entrevista con
José Luis
Betancourt:
'La mala publicidad
no es culpa de los
anunciantes, es de
los publicistas'



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



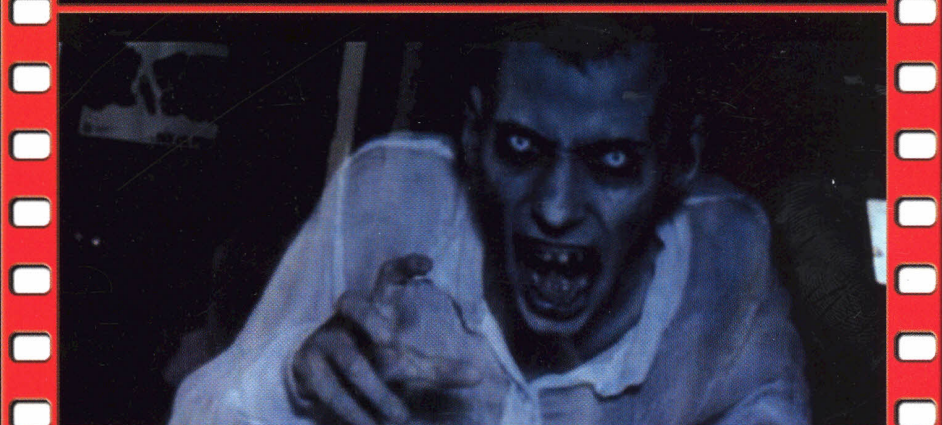
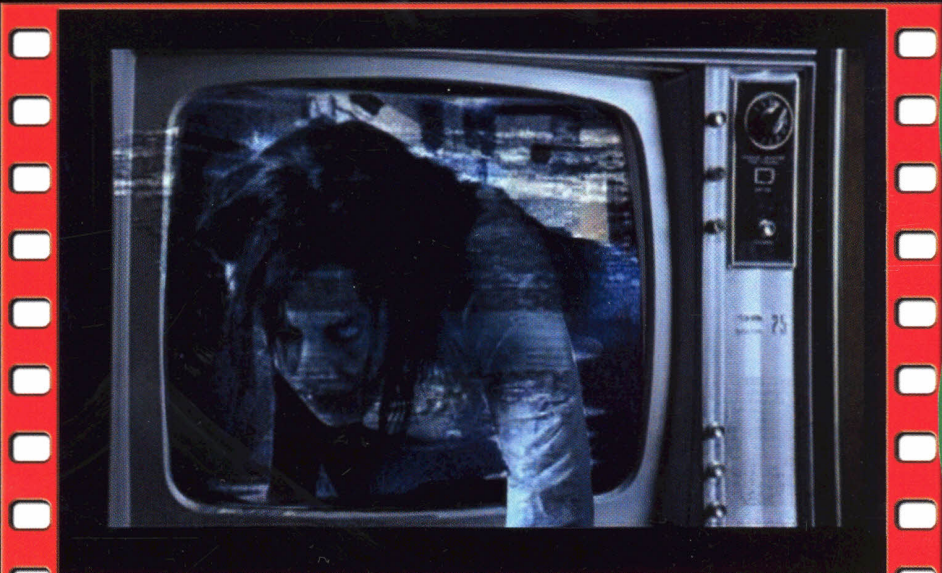
Entrevista Exclusiva con David Páramo

'La gente tiene
que oír a todos
y formar su
propia opinión'

• Sondeo entre publicistas
• ¿Cuáles son las
mejores campañas de
los últimos años? (Parte II)

Informes Especiales

- Familia de switchers Ross
- Intercomunicación Riedel
- Primeras cámaras Red One en México



DETRAS DE CAMARAS

Produce Lemon campaña de Doritos y gana Pantalla de Cristal por Efectos y Audio

del martes 10 al viernes 13 de Junio
WTC/MEXICO 2008 **EXPO** CINE VIDEO TELEVISION EQUIPO PROFESIONAL

- Seguidor de foco Denz
- Ruteadores nVision • Tonina Goyos
- Streaming Digital Rapids • Minigrúa Libec
- Automatización VSN • Cursos CETE



Animación y
Postproducción

Por Voodoo Bayou
Ciberfilms gana Pantalla de Cristal



Reporte: Grandes ganadores del Festival Pantalla de Cristal



Año 17, N° 98 dic/ene 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

Distribución, Tráfico y Archivo
Sergio Negrete Maceda

Coordinadora de Suscripciones y Eventos
Ivonne Vazquez Miranda
ivonne@canal100.com.mx

Asistente de Diseño
Patricia D. Morales Hernández
patricia@canal100.com.mx

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 \$25.00 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 Publi-reportajes.
Nuestra búsqueda constante es ofrecer contenidos de vanguardia a nuestros lectores.

Investigación: Los más Ganadores del Festival Pantalla de Cristal... Pág. 58

Hombres y Mujeres en Primer Plano pág. 44

Entrevista con José Luis Betancourt pág. 48

14	Editorial	Mamá
16	Pantallas y Comercialización	Mar de medios...
18	Expo	Seguidor de foco Denz Ruteadores nVision...
24	Entrevista	David Páramo
32	Información Estratégica	Sigue y seguirá la confrontación ...
34	Informe Especial	Primeras Cámaras Red One en México
42	La Colección de Leonardo García Tsao	Las mejores películas basadas en Shakespeare
54	Nuevas Tecnologías	C obertura mundial por internet punto por punto
64	Animación y Postproducción	C iberfilms gana P antalla de C ristal por V oodoo B ayou
66	Informe Especial	Intercomunicación R iedel
70	Informe Especial	F amilia de switchers R oss
74	Noticias, Sugerencias, Consejos y...	5 errores graves...
76	Detrás de Cámaras	Gana campaña de D oritos P antalla de C ristal por E fectos y A udio
78	Sondeo de Opinión	¿ C uáles son las mejores campañas de los últimos años? Parte II
82	Hombres y Mujeres	R icardo S alinas protestó públicamente....
84	TV Cantropus	por G overra



La Reforma Electoral y el cambio comunicativo

Los desafíos de la comunicación por el Dr. Javier Esteinou Madrid

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

Después de varias décadas de renuncia de su responsabilidad rectora, fue hasta el año 2007 que el Estado mexicano reaccionó para rescatar su naturaleza de Estado Nación en el ámbito comunicativo. Así, siguiendo los pronunciamientos previos que fijó la Suprema Corte de Justicia sobre la esencia del proyecto de comunicación nacional, el Poder Legislativo realizó el 12 de septiembre del 2007 la Reforma Electoral con la cual fijó límites constitucionales precisos a los poderes comunicativos salvajes que crearon un nuevo horizonte para la formulación de un moderno sistema de comunicación colectiva.

La Reforma Electoral del 2007 introdujo diversos cambios políticos generales para el proceso de la transición política nacional, pero en el terreno de la comunicación aportó, entre otros, los siguientes 9 aspectos:

1. Aprobó que los partidos políticos nacionales tengan derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.
2. Autorizó que el Instituto Federal Electoral (IFE) sea la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión.
3. A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, quedarán a disposición del Instituto Federal Electoral cuarenta y ocho minutos diarios para realizar dicha propaganda electoral.
4. Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.
5. Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

6. Cuando a juicio del Instituto Federal Electoral el tiempo total en radio y televisión a que se refieren este apartado y el anterior fuese insuficiente para sus propios fines o los de otras autoridades electorales, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.

7. En la propaganda política o electoral que difundan los partidos deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas.

8. Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, órganos de gobierno del D.F., sus delegaciones y cualquier otro ente público.

9. La duración de las campañas no deberá exceder de noventa días para la elección de gobernador, ni de sesenta días cuando sólo se elijan diputados locales o ayuntamientos; las precampañas no podrán durar más de las dos terceras partes de las respectivas campañas electorales.

Con dichas modificaciones constitucionales efectuadas por el Congreso de la Unión los partidos políticos cuentan con un instrumento defensivo muy valioso para evitar que los poderes fácticos comunicativos deformen los procesos electorales al subordinar a los candidatos a su fuerza mediática e intereses económicos. Ahora, le corresponde demostrar históricamente a la clase política mexicana que esa libertad y autonomía que han recobrado será aprovechada para resolver las grandes necesidades de desarrollo urgente que enfrenta la sociedad mexicana y no para blindarse como instituciones más corruptas, unilaterales, prepotentes e irresponsables como lo han hecho en el pasado reciente ■