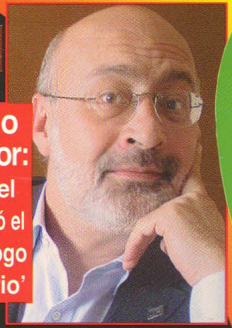



# TELEMUNDO

**Guillermo Montemayor:**  
'El Canal del Congreso subió el nivel del diálogo parlamentario'



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



 **Entrevista Exclusiva con David Páramo**  
'Sé que puedo equivocarme, pero como periodista debo dar mi opinión y definir mi posición'

 **Sondeo entre publicistas**  
• ¿Por qué hay pocos mexicanos trabajando en agencias de publicidad fuera de México?

 **Informes Especiales**  
• Intercomunicación Clear-Com  
• Sistema Farmers Wife  
• Reporte Médico y El Ajedrecito




 **DETRAS DE CAMARAS**  
Luce de nueva cuenta la Tecnología Televisa Deportes en el Mundial

 **Sección**  **EXPO** CINE VIDEO TELEVISION EQUIPO PROFESIONAL

- Avid Xpress Pro HD • CyberGraphics de Orad
- Convertidores Canopus • Turagrúas
- Paquetes con cámara, tripié y maleta
- CineScore • Videoprojector Sanyo



**Animación y Postproducción**  
Talento postproduce con dos perforaciones



Investigación: La disyuntiva: ¿esconder o dar a conocer los ratings al público?



Año 15, N° 90 ago/sep 2006

**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, Javier Esteinou, Juan Farre,  
Fátima Fernández, Leonardo García Tsao,  
Goverra, Carlos Gómez Chico, Adriana Nolasco,  
Juan Ibarquengoitia, Susana Jaliffe, Manolo,  
Benjamín Méndez, Enrique Quintero,  
Luis Felipe Tejeda, Florence Toussaint.

**Coordinadora Administrativa**  
Socorro García Bonilla  
socorro@canal100.com.mx

**Coordinador Distribución, Tráfico y Archivo**  
Victor Manuel Mendoza Paredes  
**Distribución, Tráfico y Archivo**  
Fernando Navarrete López

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

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

**Fotografía**  
Rocío Magaña y Ana Vargas

**Preprensa Digital: 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: La disyuntiva: ¿esconder o dar a conocer los ratings al público? Pág. 48

**Hombres y Mujeres en Primer Plano** pág. 32

Entrevista con **Guillermo Montemayor** pág. 36

4	<b>Editorial</b>	<b>E</b> ncrucijada
6	<b>Pantallas y Comercialización</b>	<b>E</b> conomía más <b>G</b> rande...
8	<b>Expo</b>	<b>V</b> ideoprojector <b>S</b> anyo <b>C</b> anopus y <b>C</b> ine <b>S</b> core
14	<b>Entrevista</b>	<b>D</b> avid <b>P</b> áramo
22	<b>Información Estratégica</b>	<b>L</b> uego de que concluya el proceso...
24	<b>Informe Especial</b>	<b>R</b> eporte <b>M</b> édico y <b>E</b> l <b>A</b> jedrecito
42	<b>La Colección de Leonardo García Tsao</b>	<b>D</b> iez mejores películas de <b>B</b> illy <b>W</b> ilder
44	<b>Nuevas Tecnologías</b>	<b>L</b> a historia del apagón
54	<b>Animación y Postproducción</b>	<b>T</b> alento hace hace <b>P</b> olvo de <b>Á</b> ngel
56	<b>Informe Especial</b>	<b>I</b> ntercomunicación <b>C</b> lear- <b>C</b> om
62	<b>Informe Especial</b>	<b>S</b> istema <b>F</b> armers <b>W</b> ife
66	<b>Noticias, Sugerencias, Consejos y...</b>	<b>D</b> el 6 al 15 de septiembre suscríbese al <b>F</b> estival <b>P</b> antalla de <b>C</b> ristal
68	<b>Detrás de Cámaras</b>	<b>L</b> uce de nueva cuenta la <b>T</b> ecnología <b>T</b> elevisa <b>D</b> eportes en el <b>M</b> undial
70	<b>Sondeo de Opinión</b>	<b>¿P</b> or qué hay pocos mexicanos en puestos clave en agencias publicitarias en el extranjero?
74	<b>Hombres y Mujeres</b>	<b>H</b> abría que consultar al <b>D</b> r. <b>R</b> ubén <b>J</b> ara...
76	<b>T V Cantopus</b>	por <b>G</b> overra



# La Elección Mediática de Estado

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.)

**U**na de las características de dominación del viejo régimen político que duró más de 70 años en el siglo XX para impedir la renovación de los poderes públicos en el país, se basó en la utilización de la fuerza y el poder del Estado para periódicamente realizar elecciones de Estado. Dicho proceso estuvo fundado en la aplicación de múltiples mecanismos de control, entre los cuales, destacaron los siguientes: la falta de transparencia en los comicios, el control del proceso electoral, el dominio de los organismos electorales, la inequidad en la competencia, la exclusión opositora, la carencia de organismos electorales autónomos, el embarazo de urnas, el fraude múltiple, la ausencia del debate político, la manipulación electoral desde la Secretaría de Gobernación, la ausencia de representación de los partidos en todas las casillas electorales, la unanimidad en los medios masivos, etc.

**Sin embargo, no obstante que con** el cambio político del 2 de julio del 2000 la sociedad mexicana accedió a la transición democrática, sin repetirse en las elecciones presidenciales del 2006 de forma idéntica todas las condiciones de control político de antaño; si se refrendó una nueva elección de Estado, con modalidades diferentes: No se dio la burda elección de Estado clásica en la que todas las instancias públicas se subordinaban a la voluntad, la tiranía o a los caprichos del poder presidencial, sino que ahora se gestó una elección mediática de Estado que utilizó unilateralmente la infraestructura comunicativa del gobierno para respaldar a su candidato electoral. Es decir, sin poner todo el aparato burocrático de la administración al servicio de un solo partido y de un mismo candidato, si se colocó una parte abrumante del aparato mediático del gobierno panista y otros respaldos gubernamentales operativos para impulsar la campaña del candidato blanquiazul del Poder Ejecutivo.

**En este sentido, se constató que** violando el Acuerdo Para la Neutralidad Democrática establecido por el IFE que prohibió al Presidente, a los gobernadores y a las jefaturas municipales brindar cualquier tipo de apoyo a partidos y candidatos; el Poder Ejecutivo utilizó todo su aparato propagandístico para introducir un tinte enfático y persistente a favor del candidato panista Felipe Calderón, y con ello, realizar una elección mediática de Estado. De esta forma, con el unilateral uso gubernamental de los recursos públicos para promocionar las giras presidenciales, los llamados del ejecutivo para no volver a la “reelección del fracaso”, las reuniones informativas que realizaron los secretarios del gabinete foxista, la creación de una ficticia sensación de bienestar económico, y las sinergia entre las campañas publicitarias del Gobierno Federal y del candidato presidencial; se logró construir una elección mediática de Estado para favorecer al candidato de la derecha conservadora. Dicho respaldo fue un apoyo comunicativo muy significativo para que Felipe Calderón candidato del Partido Acción Nacional se colocara adelante en la elección, hasta hoy, por un cerradísimo margen de 0.58 % del total de los sufragios, sobre Andrés Manuel López Obrador de la Coalición Por el Bien de Todos.

**Por este motivo, es impostergable** regular integralmente el gasto en la comunicación gubernamental y el gasto social, para que cumpla con los verdaderos fines sanos de información a la ciudadanía que debe realizar el Estado mexicano para gobernar eficientemente, y evitar que se convierta en un burdo uso propagandístico según los intereses políticos del gobierno y de los grupos políticos en turno en base a sus intereses de coyuntura ■