

# TELEMUNDO



James Olmos | Ricardo Arnaiz

Un sueño, que Edward James Olmos sea coproductor y voz en *El Americano: The movie*

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



Entrevista Exclusiva

Luis Gerardo Méndez

Di la pelea para interpretar a Javi en *Nosotros los Nobles*. Convencí a Gary

Campañas Publicitarias

- Fuerza Civil Gobierno de N. L.
- "Tweetbalas" / Museo Tolerancia
- Alka Seltzer • American Express

Informes Especiales

- Sets Virtuales BrainStorm
- Familia TriCaster de NewTek
- Rosco: el don de encantar

**azteca 20 AÑOS**

Detrás de Cámaras  
Azteca celebra 20 años

Sección **2014 WTC México EXPO** CINE VIDEO TELEVISION PANTALLA PROFESIONAL

- Disco óptico Sony • Unidades móviles 3News
- Cámara Phantom en vivo • Mini-Gran móvil Magnum
- Reflectores de cristales K-Lux Chroma
- Cámara Panasonic de hombro ultraligera



Animación y Postproducción

Gana Mejor Animación Videoclip Defánico de PlayLab en el Festival Pantalla de Cristal

Tendencias: a la alza, conductores de noticias, campañas publicitarias y nuevo cine mexicano



**CANAL100**  
com.mx

f @canal100commx You Tube

Año 22, N° 133 oct/nov 2013

Director General y Editor  
**José Antonio Fernández Fernández**  
joseantonio@canal100.com.mx  
twitter:@joseantoniofer

—Coordinadora de Edición, Diseño y Eventos  
**Patricia D. Morales Hernández**  
patricia@canal100.com.mx

—Colaboradores, Articulista y Reporteros  
**Humberto Aguinaga, Juan Manuel Borbolla, Álvaro Cueva, Javier Esteinou, Juan Farré, Fátima Fernández, Jerónimo Fernández Casillas, Nicolás Fernández Casillas, Leonardo García Tsao, Goverra, Carlos Gómez Chico, Adriana Nolasco, Juan Ibarquengoitia, Lucía Suárez, Manolo, Benjamín Méndez, Bernardo León, Florence Toussaint.**

—Colaboración Especial  
**Guillermo Montemayor G.**

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

—Coordinador Distribución, Tráfico y Archivo  
**Víctor Manuel Mendoza Paredes**  
victor@canal100.com.mx

—Coordinación de Información Editorial y edición de videos de Canal100.com.mx y Suscripciones  
**Adriana Piñas Barrera**  
adriana@canal100.com.mx

—Asistente de Diseño  
**Erika Yamile Ramos González**  
yamile@canal100.com.mx

—Asistente Distribución, Tráfico y Archivo  
**Martín Rogelio Anzures Pérez**

—Asistente Directorio Pantalla y Suscripciones:  
**Andrea Edith González García**  
andrea@canal100.com.mx

—Fotografía  
**Víctor Manuel Mendoza Paredes y Rocío Magaña**

—Imprenta: **MBM**

—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.

**Entrevista Luis Gerardo Méndez**  
**20** **D**i la pelea para interpretar a Javi en Nosotros los Nobles. Por fortuna convencí a Gary Alazraki

**10 Editorial** **P**aulina y Manuel

**12 Pantallas y Comercialización** **M**inuto a minuto

**14 Sección Expo** **U**nidades móviles 3News, K-Lux Chroma. Cámara Phantom Flex...

**28 Información Estratégica** **A**bril de 2014 es el mes de...

**30 Informe Especial** **S**ets Virtuales BrainStorm

**38 La Colección de Leonardo García Tsao** **D**iez mejores películas de John Ford

**40 Hombres y Mujeres** **A**na María Olabuenaga, Cantinflas, Eduardo Camesha, Javier Solórzano...

**44 Entrevista a** **R**icardo Arnaiz: un sueño, que Edward James Olmos sea coproductor y voz en El Americano: The movie

**50 Nuevas Tecnologías** **T**elevisores smart traicionan a la televisión

**54 Investigación** **T**endencias: A la alza, conductores de noticias, campañas publicitarias...

**58 Animación y Postproducción** **V**ideoclip de PleyLab Ganó Mejor Animación en Pantalla de Cristal

**60 Informe Especial** **F**amilia TriCaster de NewTek

**64 Informe Especial** **R**osco, el don de encantar

**68 Noticias...** **V**ideo/entrevistas de Canal100.com.mx

**70 Detrás de Cámaras** **20** años de TV Azteca

**74 Sondeo de Opinión** ¿Cuáles de mis campañas publicitarias me gustan más y por qué? **Parte 12**

**75 Hombres y Mujeres** **R**aúl Cremoux, Arturo Núñez, Enriqueta Cabrera, Javier Solórzano, Jorge Saldaña...

**76 TV Cantropus** por **G**overra

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.

# El derecho de réplica en la Reforma de las Telecomunicaciones

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.)

**M**ediante la aprobación de la “Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión” en junio de 2103 por el Congreso de la Unión surgió un nuevo sistema de comunicación nacional que introdujo diversos progresos importantes para el ejercicio más plural y democrático de la dinámica comunicativa de la sociedad mexicana. Dentro de los diversos progresos que incorporó la Reforma figuró el respaldo al Derecho de Réplica que en el artículo 6° de la Constitución Política Mexicana se tipificó que “...el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley y el derecho a la información será garantizado por el Estado”.

Es dentro de este contexto que ahora cobra especial importancia definir alternativas por parte de la sociedad civil para regular con criterios más ciudadanos el Derecho de Réplica, que es una acción fundamental para que se logren realizar los mínimos del proceso de comunicación colectiva en el país. De otra forma, se continuará ejerciendo en el espacio público de la nación un simple proceso de información masiva disfrazado de comunicación colectiva con sus respectivas consecuencias unidireccionales para la comunidad nacional.

De esta forma, es muy importante que el Derecho de Réplica sea considerado como una garantía básica de los derechos ciudadanos comunicativos de las sociedades democráticas modernas que no ha sido retomado jurídicamente de manera suficientemente amplia, responsable y virtuosa para aplicarse con justicia en México. Por ello, para contar con un verdadero Derecho de Réplica que no esté asfixiado previamente por una concepción limitada o mañosa del poder establecido como fue la propuesta introducida en el Reglamento a la Ley Federal de Radio y Televisión en el año 2002, éste se debe de comprender y diseñar

jurídicamente fuera de los intereses políticos del gobierno y de los grandes emisores comunicativos dominantes. Así, debe replantearse libremente desde el espíritu elemental que busca alcanzar y defender las garantías universales del hombre en esta materia, respondiendo especialmente a las necesidades ciudadanas y democráticas básicas que merecen los habitantes del nuevo milenio.

En este sentido, el Derecho de Réplica debe entenderse como la facultad que se concede a una persona, física o moral, que se encuentre perjudicada en su honor, prestigio o dignidad, por una información, noticia o comentario en un medio de comunicación colectivo, para exigir la reparación del daño sufrido mediante la inserción de la correspondiente aclaración, en el mismo medio de comunicación en idéntica forma en que fue lesionado. Para contar con un Derecho de Réplica más completo éste no debe limitarse a los casos de ataque a la reputación personal del replicante, sino que también debe extenderse a los agravios o ataques contra creencias u opiniones esenciales de éste, siempre que ellas estén incorporadas a su personalidad; y a la rectificación de noticias falsas.

Con la incorporación de tales consideraciones normativas se podrá contar con un verdadero Derecho de Réplica que ampare con mayor rigor dicha garantía básica de los ciudadanos reconocida por la Constitución Política Mexicana, y no la deje a expensa de la mera “dinámica fenicia del mercado”, o de las interpretaciones sesgadas de los propietarios de los medios de difusión masivos dominantes, o de los intereses oportunistas de la partidocracia en México. De lo contrario, será un simple clausulado normativo “decorativo” que legitime los intereses de los monopolios de la radiodifusión o de los partidos políticos y no de las garantías comunicativas de los ciudadanos ■