


TELEMUNDO


Entrevista con Santiago Pando
Cuenta cómo los mayas galácticos le dieron la clave para crear la campaña con la que ganó Fox




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



 **Entrevista Exclusiva con Mardonio Carballo**
El primer conductor indígena de la televisión mexicana.
Produce De raíz luna para Canal 22

 **Sondeo entre publicistas**
• ¿Son los mercadólogos jefes de los publicistas?

 **Informes Especiales**

- Unidad de Sony para Sony SPE
- Centro de Medios del Tec CCM
- Radio y Televisión de Aguascalientes



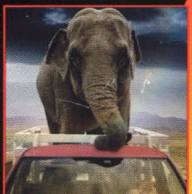
DETRAS DE CAMARAS

TV Azteca produce Shalalá con 9 cámaras ocultas tras la escenografía

del martes 16 al viernes 19 de Junio

 **Sección** WTC México 2009 **EXPO** CINE VIDEO TELEVISION
EQUIPO PROFESIONAL

- Talleres y Conferencias de la Gran Expo
- Videoservidores EVS • Gráficos Ross
- Teleprompters Q-Gear • Spectrum de Omneon
- Avid para 3D estereoscópico



Animación y Postproducción

Ganan Pantalla de Cristal
Clemente Cámara y Filmmates
por Nissan Volar



Investigación: Las 100 películas más taquilleras del 2008. Diez son mexicanas



Año 18, N° 106 abr/may 2009

**Director General
y Editor**

José Antonio Fernández Fernández

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, Articulista y Reporteros

Humberto Aguinaga, Álvaro Cueva, Javier Esteinou,
Juan Farre, Fátima Fernández, Jerónimo Fernández Casillas,
Nicolás Fernández Casillas, Leonardo García Tsao,
Goverra, Carlos Gómez Chico, Adriana Nolasco, Juan
Ibargüengoitia, 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.

Investigación: Las 100 películas más taquilleras del 2008. Pág. 50

Hombres y Mujeres en Primer Plano pág. 34

Entrevista con Santiago Pando pág. 38

4	Editorial	Mareados
6	Pantallas y Comercialización	La nueva polémica...
8	Expo	Talleres en la Gran Expo Videoservidores EVS...
14	Entrevista	Mardonio Carballo
22	Información Estratégica	Increíblemente los canales ...
24	Informe Especial	Unidad Móvil de Sony para Sony SPE
32	La Colección de Leonardo García Tsao	Las diez mejores películas sobre Juicios...
44	Nuevas Tecnologías	Tiempo de combinar tecnología y arquitectura
52	Animación y Postproducción	Gana Pantalla de Cristal Clemente Cámara y Filmmates por Nissan Volar
54	Informe Especial	Estudio modelo del Tec CCM
58	Informe Especial	Radio y Televisión de Aguascalientes se renueva
62	Noticias, Sugerencias, Consejos y...	Talleres y Conferencias del CAT en la Gran Expo...
64	Detrás de Cámaras	Produce TVAzteca Shalalá con 9 cámaras detrás de la escenografía
66	Sondeo de Opinión	¿Son los mercadólogos jefes de los publicistas?
70	Hombres y Mujeres	Carlos Slim ...
72	TV Cantropus	por Goverra



¿Democracia de información o democracia de comunicación?

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.)

En todas las teorías funcionalistas, estructuralistas, sistémicas, críticas, matemáticas, pragmáticas, cibernéticas, etc. los procesos de información y de comunicación son definidos de forma sustantivamente distinta entre sí. La información es entendida como la dinámica donde un emisor difunde unilateralmente un mensaje a un receptor y donde el emisor no recibe respuesta del receptor (E-M-R); sin embargo, al contrario la comunicación es definida como el proceso en el cual un emisor difunde un mensaje o reactivo a un receptor y este último genera una respuesta o retroalimentación al emisor que lo alimenta, complementa, modifica, cuestiona, reforma, etc. (E-M-R-R).

Por lo tanto, son procesos sustancialmente distintos que no pueden concebirse como realidades sinónimas, pues se incurriría en un grave error de comprensión y de práctica social de las mismas.

Desde el punto de vista de la construcción de la democracia la consideración de ambas distinciones teóricas es central tenerlas presentes, pues no es lo mismo crear **Democracia Informativa** que generar **Democracia Comunicativa**. Por una parte, la *democracia informativa* no permite que los auditorios participen, respondan, intervengan, etc. sustantivamente en el proceso de creación de la comunicación social más que como simples receptores o consumidores unilaterales de datos, signos, mensajes, valores, tendencias, concepciones y visiones de la vida. En consecuencia, en el mejor de los casos, la *democracia informativa* sólo ofrece a los ciudadanos la opción de contar con diversas fuentes de información de las cuales se nutren para pensar, decidir y actuar; pero no les concede a éstos el derecho elemental de participar como actores fundamentales en esta dinámica interactiva.

Por otra parte, la *democracia comunicativa* es una acción completamente distinta a la acción informativa,

pues ésta sí permite que los ciudadanos incidan sobre los procesos de producción de la comunicación social, al conceder que los receptores también expresen al emisor y al resto de la sociedad sus puntos de vista, opiniones, intereses, posiciones, desacuerdos, etc. sobre las diversas temáticas que se abordan por el canal emisor. En este sentido, otorga a los habitantes el derecho y la capacidad de que estos generen diversas dinámicas de comunicación donde ésta sí participa, aporta, expresa, e influye socialmente sobre tal fenómeno colectivo, incidiendo en la construcción del nuevo *espacio público mediático* de la República. Esta modalidad forma estrictamente el corazón del núcleo de la democracia, que en esencia, es tomar en cuenta al otro y crear condiciones de participación bilateral de los sujetos.

En consecuencia, es un gravísimo error conceptual, político y civilizatorio pensar que se producen fenómenos de comunicación social, cuando sólo se generan flujos y efectos informativos, pues la comunicación implica intercambios bilaterales y no unidireccionales. Las dinámicas de información y de comunicación cuentan con esencias cotidianas completamente distintas para formar la democracia que deben ser diferenciadas para saber qué tipo de democracia se cultiva: Democracia de dirección unilateral o Democracia de participación.

Por consiguiente, el desafío central en esta materia durante el nuevo tercer milenio ya no será continuar edificando canales de información masivos; sino ahora será inaugurar medios de comunicación colectivos que permitan que las diversas comunidades participen ciudadanamente en la edificación del nuevo *espacio público mediático* para expresar sus necesidades, intereses y propuestas con el fin de construir colectivamente el nuevo proyecto de nación comunicativa ■